



---

# **BACHELORARBEIT**

---

Frau  
**Cindy Ebert**

**Videopiraterie im Internetzeitalter  
Entstehungs- und Folgenanalyse der  
heutigen Digitalkultur anhand der  
Kinokette Cinemaxx Cinetainment  
GmbH & Co. KG,  
mit Aufzeigen möglicher  
Lösungsansätze**

**2014**

Fakultät: Medien

---

# **BACHELORARBEIT**

---

## **Videopiraterie im Internetzeitalter Entstehungs- und Folgenanalyse der heutigen Digitalkultur anhand der Kinokette Cinemaxx Cinetainment GmbH & Co. KG, mit Aufzeigen möglicher Lösungsansätze**

Autor/in:

**Frau Cindy Ebert**

Studiengang:

**Angewandte Medien**

Seminargruppe:

**AM10wS4-B**

Erstprüfer:

**Prof. Dr. phil. Otto Altendorfer M.A.**

Zweitprüfer:

**Dipl. Päd. Michaela Valerius**

Einreichung:

**Hamburg, 22.01.2014**

# **BACHELOR THESIS**

---

**Video piracy in times  
of the internet  
Analysis of cause and consequences in  
modern digital culture on the basis of  
Multiplex Cinemaxx Cinetainment  
GmbH, by finally pointing out possible  
future solutions**

author:  
**Ms. Cindy Ebert**

course of studies:  
**Applied Media**

seminar group:  
**AM10wS4-B**

first examiner:  
**Prof. Dr. phil. Otto Altendorfer M.A.**

second examiner:  
**Dipl. Päd. Michaela Valerius**

submission:  
Hamburg, January 22nd 2014

## **Bibliografische Angaben**

Ebert, Cindy:

Videopiraterie im Internetzeitalter:  
Entstehungs- und Folgenanalyse der heutigen Digitalkultur anhand der  
Kinokette Cinemaxx Cinetainment GmbH, mit Aufzeigen möglicher Lösungsansätze

Video piracy in times of the internet:  
Analysis of cause and consequences in modern digital culture on the basis  
of Multiplex Cinemaxx Cinetainment GmbH, by finally pointing out possible  
future solutions

46 Seiten, Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences,  
Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2014

## **Abstract**

Zwar wird das Internetzeitalter 2.0 durch die vielen Vorteile bestimmt, aber durch die neuen Medien und den technischen Fortschritt entstanden auch Problemfelder, wie die Videopiraterie.

Doch was versteht man unter dem Schlagwort Videopiraterie? Was sind die Ursachen für die Entstehung und welche Folgen bringt sie mit sich? Mit dieser Arbeit möchte ich anhand einer bekannten und deutschlandweiten Filmkette analysieren, inwiefern dieser geschädigt und was bisher unternommen wird bzw. noch unternommen werden kann, um die möglichen Schäden zu verringern.

## Inhaltsverzeichnis

<b>Inhaltsverzeichnis .....</b>	<b>V</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis .....</b>	<b>VII</b>
<b>Abbildungsverzeichnis .....</b>	<b>IX</b>
<b>Tabellenverzeichnis .....</b>	<b>X</b>
<b>1 Einleitung.....</b>	<b>11</b>
<b>2 Der Kinomarkt in Deutschland .....</b>	<b>13</b>
2.1 Kinogeschichte .....	13
2.2 Kino Heute .....	14
2.3 Veränderungen auf dem deutschen Kinomarkt .....	15
<b>3 Filmpiraterie .....</b>	<b>20</b>
3.1 Definition Filmpiraterie .....	20
3.2 Geschichtlicher Hintergrund und Entstehungsursachen von Filmpiraterie .....	20
3.3 Rechtliche Grundlagen .....	26
3.4 Wo fängt Videopiraterie an und wo hört sie auf?.....	26
3.4.1 Fallbeispiel kino.to.....	27
3.4.2 Netzfreiheit vs. Urheberrechtsverletzungen .....	29
3.5 Distributionswege von Raubkopien .....	30
3.6 Sorgt Videopiraterie wirklich für Schäden?.....	32
<b>4 Das Unternehmen Cinemaxx .....</b>	<b>36</b>
4.1 Vorstellung des Unternehmens .....	36
4.2 Das Cinemaxx in Zahlen .....	37
4.3 Analyse der Zahlen.....	40
4.3.1 Die Abhängigkeit zur Filmversorgung .....	41
4.3.2 Die Wetterabhängigkeit und Großveranstaltungen .....	43

---

4.3.3	Das Konsumverhalten .....	44
4.3.4	Heimkino Boom .....	44
4.3.5	Internet-Piraterie .....	45
<b>5</b>	<b>Maßnahmen und Versuche gegen Videopiraterie.....</b>	<b>46</b>
5.1	Allgemeine Maßnahmen.....	46
5.2	Was hat das Unternehmen Cinemaxx bisher im Kampf gegen die Filmpiraterie unternommen? .....	51
5.3	Ausblick: Ideen und Lösungsansätze für das Unternehmen Cinemaxx.....	52
<b>6</b>	<b>Epilog .....</b>	<b>55</b>
	<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>LVII</b>
	<b>Eigenständigkeitserklärung .....</b>	<b>LXV</b>

**Abkürzungsverzeichnis**

Abb.	Abbildung
AG	Aktiengesellschaft
App	Application/ Applikation
BIP	Bruttoinlandsprodukt
bspw.	beispielsweise
bzw.	beziehungsweise
DCN Studie	Studie zur digitale Content Nutzung
DCP	Digital Cinema Package
DVD	Digital Versatile Disc
ebd.	Ebenda
etc.	et cetera
FFA	Filmförderungsanstalt
FSK	Freiwillige Selbstkontrolle der Filmwirtschaft
GmbH	Gesellschaft mit beschränkter Haftung
GFB	Geschäftsbericht
GfK	Gesellschaft für Konsumforschung
GVU	Gesellschaft zur Verfolgung von Urheber- rechtsverletzungen e.V.
HFR	High Frame Rate
Hrsg.	Herausgeber
JuSchG	Jugendschutzgesetz
o.J.	ohne Jahr
o.V.	ohne Verfasser
P2P	Peer-to-Peer
u.a.	unter anderem
UrhG	Urheberrechtsgesetz
URL	Uniform Resource Locator

Vgl.	Vergleiche
VHS	Video Home System
VoD	Video on Demand
vs.	versus
z.B.	zum Beispiel



## Abbildungsverzeichnis

<i>Abbildung 1:</i> Die Häuserverteilung der Kinoketten in Deutschland ..	14
<i>Abbildung 2:</i> Kinobesuche pro Einwohner in Deutschland .....	15
<i>Abbildung 3:</i> Die Anzahl der Kinoleinwänden in Deutschland von 1999 – 2012 .....	16
<i>Abbildung 4:</i> Die Entwicklung der Kinobesucher innerhalb Deutschlands von 1995 - 2012.....	17
<i>Abbildung 5:</i> Filmpiraterie der ersten Generation 1976 – 1998.....	22
<i>Abbildung 6:</i> Filmpiraterie der zweiten Generation 1998 - heute .....	23
<i>Abbildung 7:</i> Phaseneinteilung der Mediengruppen nach Werner Faulstich .....	24
<i>Abbildung 8:</i> GVV Verfahrensaufteilung.....	31
<i>Abbildung 9:</i> Besucherentwicklung im Unternehmen Cinemaxx .....	37
<i>Abbildung 10:</i> Bruttoticket- und Bonpreisentwicklung .....	38
<i>Abbildung 11:</i> Ticket- und Gastronomieumsatzentwicklung.....	39
<i>Abbildung 12:</i> Umsatzentwicklung des Cinemaxx.....	40
<i>Abbildung 13:</i> Spielplan der 1. Woche von <i>Der Hobbit 2</i> .....	43
<i>Abbildung 14:</i> Beispiel der Anti-Raubkopie-Kampagne von 2003....	46
<i>Abbildung 15:</i> Beispiel 2 .....	47
<i>Abbildung 16:</i> Beispiel der Kampagne aus dem Jahr 2008 .....	48
<i>Abbildung 17:</i> Beispiel einer derzeitigen Wertschöpfungskette der Splendid Medien AG .....	49

**Tabellenverzeichnis**

<i>Tabelle 1:</i> Internetnutzer in Deutschland 1997 – 2013.....	25
<i>Tabelle 2:</i> Durchschnittliche Verweildauer bei der Onlinenutzung 1997 - 2013 .....	25

## 1 Einleitung

„Das Internet kennt keine Grenzen und somit auch die dadurch angebotenen Inhalte nicht.“<sup>1</sup> Willkommen im Zeitalter des Internet 2.0. Eine Vielfalt an Inhalten in nie dagewesener Form, abzurufen durch nur wenige Klicks, in nur wenigen Sekunden. Dies eröffnet dem User völlig neue Möglichkeiten.

Leider gehen mit diesen Entwicklungen auch Problemfelder einher. Weiterführende neue Technologien und die Entwicklung der Gesellschaft, haben das Phänomen der Filmpiraterie hervorgebracht. Ein Problem, das von der Filmindustrie stets als drastisch bezeichnet wird.

„Der nachfolgende Film ist urheberrechtlich geschützt. Das Mitschneiden von Bild und Ton während der Kinovorstellung ist eine strafbare Urheberrechtsverletzung. Jeder Mitschnitt – auch jeder Versuch – wird zur Anzeige gebracht.“<sup>2</sup>

Wer kennt es nicht. Besucht man heutzutage eine Kinovorstellung, egal ob morgens oder abends, Kinder- oder Actionfilm, fast jedes Mal beginnt mit diesem Warnhinweis die eigentliche Filmvorstellung. Eine Warnung die im Zeitalter des Web 2.0 durchaus angebracht ist und den Konsumenten ein Rechtsbewusstsein zum Thema Urheberrechtsverletzungen näher bringen soll.

Ob dieser Warnhinweis vor Filmbeginn allerdings wirklich als ausreichend abschreckende Maßnahme geeignet ist, um Video- und Filmpiraterie entgegenzuwirken? Gibt es bedeutsamere Maßnahmen?

Nachdem ich kurz auf den Kinomarkt in Deutschland und dessen Entwicklungen eingehe, wird sich diese Arbeit mit der Frage auseinandersetzen, welche Entwicklungen dazu beigetragen haben, dass Videopiraterie ein derart wichtiges Thema für die ganze Filmindustrie geworden ist. Welche Folgen dies mit sich führt und was bisher gegen Videopiraterie unternommen wird.

Dies werde ich unter Anderem anhand der Analyse einer Kinokette – die Cinemaxx Cinetainment GmbH & Co. KG – veranschaulichen. Hierzu führe ich ein Interview mit einem der stellvertretenden Theaterleiter eines Hamburger Filmspieltheaters. Es soll darstellen, was das Unternehmen

---

<sup>1</sup> Kreuzer 2010, S.41

<sup>2</sup> HDV Kino e.V. (Hrsg.) o.J., 15.01.2014

Cinemaxx bisher unternimmt. Des Weiteren werde ich weitere Lösungsansätze aufzeigen, die diesem Unternehmen helfen könnten, die Schäden durch Filmpiraterie auszugleichen.

Für mich als Filmliebhaberin ist dies ein Thema, das mir am Herzen liegt. Durch diese Arbeit und meine Recherchen, will ich eine Meinung und standfeste Aussage zu dieser Thematik erlangen.

## 2 Der Kinomarkt in Deutschland

### 2.1 Kinogeschichte

Den französischen Gebrüdern Lumière haben wir es zu verdanken, dass es das Erlebnis Kino nun schon seit 1895 gibt<sup>3</sup>. In diesem Jahr haben die Brüder sich den Kinematographen patentieren lassen<sup>4</sup> und waren damit Vorreiter in dieser neuen Technik.

Ein weiterer wichtiger Mann war Georges Méliès. Ein Filmpionier der als Erster mit Kniffen, wie z.B. der Doppelbelichtung und Stopptricks arbeitete. Er hat an die 1200 Filme erschaffen und eines seiner wohl bekanntesten Werke ist *Die Reise zum Mond* von 1902.<sup>5</sup> 2011 hat Martin Scorsese<sup>6</sup> mit dem Film *Hugo Cabret* eine Hommage auf Georges Méliès produziert. Ein Film von einem Kinoliebhaber für Kinoliebhaber in 3D, der die Anfänge des Films sehr gut widerspiegelt.<sup>7</sup>

Seit 1895 hat die Kinolandschaft sich natürlich weiterentwickelt und gewandelt. Obwohl anfangs die Schubkraft des Films in Europa lag, dominieren heutzutage die amerikanischen Produktionen<sup>8</sup>. Von kleinen Programmkinos bis hin zu Luxuskinos<sup>9</sup> und 3D-Technik ist mittlerweile alles vertreten.

In den 50er-Jahren gab es in Deutschland einen gewaltigen Kinoboom. Im Jahr 1951 wurden 20 Mio. Mark und zwei Jahre darauf noch einmal 60 Millionen Mark in die Filmwirtschaft investiert. Dieser finanzielle Schub führte dazu, das viel mehr produziert (in den Jahren 1954 und 1955 gab es an die 142 Uraufführungen) und auch importiert wurde. Schon damals waren die deutschen Produktionen für den Kinomarkt entscheidend. Obwohl die deutschen Produktionen im Vergleich zu den Hollywood-Produktionen zahlenmäßig weit unterlegen waren, erzielten diese die höchsten Gewinne<sup>10</sup> und es wurden pro Jahr mehr als 800 Millionen Kinokarten verkauft. Ein Wert von dem die Kinobetreiber heute noch träumen.<sup>11</sup> In den 60ern kam es

---

<sup>3</sup> Vgl. o.V. o.J., Die Brüder Lumière und das Kino, 22.11.13

<sup>4</sup> Vgl. Lexikon-Institut Bertelsmann (Hrsg.) 1995, Band 9, S. 243

<sup>5</sup> Vgl. Lexikon-Institut Bertelsmann (Hrsg.) 1995, Band 10, S.35

<sup>6</sup> amerikanischer Regisseur, Produzent und Schauspieler

<sup>7</sup> Vgl. Petersen o.J., 22.11.2013

<sup>8</sup> Vgl. Köhler 2006, S. 17

<sup>9</sup> bekanntestes Unternehmen ist die Astor Film Lounge

<sup>10</sup> Vgl. Köhler 2006, S.23

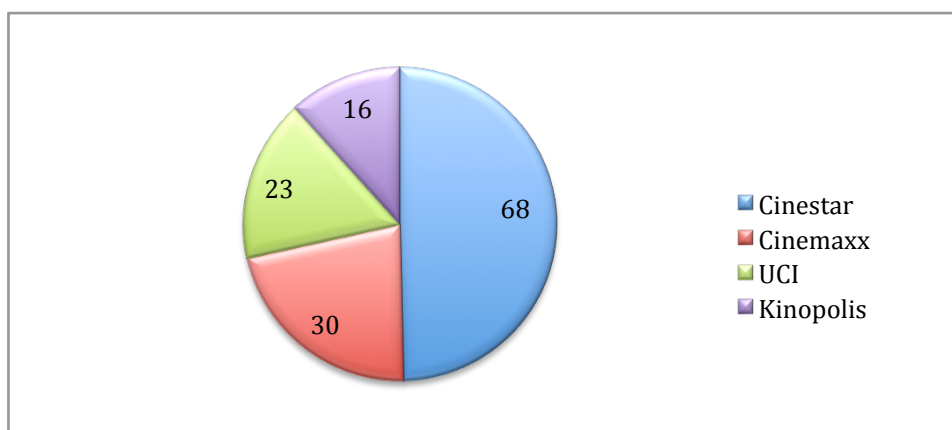
<sup>11</sup> Vgl. Cinemaxx AG (Hrsg.) Geschäftsbericht 1999/ 2000, S.7

zu zahlreichen Schließungen von Produktionsfirmen und Filmtheatern. Während des Booms wurden leider nicht genügend Rücklagen gebildet und mit dem Fernseher als nun primäres Unterhaltungsmedium kam es zu enormen Besucherrückgängen, welche die Unternehmen nicht verkraften konnten.<sup>12</sup>

Heutzutage ist es so, dass die technischen Innovationen die Möglichkeiten bieten, mehr Geld einnehmen zu können und natürlich ist es für jedes Unternehmen wichtig, wirtschaftlich rentabel zu sein. Doch bleibt der Charme des Kinos, wie wir es kennen und lieben gelernt haben, so nicht auf der Strecke?

## 2.2 Kino Heute

Innerhalb Deutschlands gibt es vier große Kinoketten: Cinestar, Cinemaxx, UCI, Kinopolis. Neben diesen fest etablierten Marken gibt es noch den Dachverband Cineplex, unter dem 85 Häuser<sup>13</sup> gefasst werden.



Quelle: Eigene Darstellung

Abbildung 1: Die Häuserverteilung der Kinoketten in Deutschland

Zudem gibt es einige alleinstehende Multiplexkinos, wie z.B. das Mathäser in München oder das Cinedom in Köln.

Unter Multiplexkinos werden Filmtheater mit mehreren Sälen und großflächigen Leinwänden verstanden, in denen Besucher in vierstelliger Zahl empfangen werden können. Aufgrund mehrerer Säle bieten Multiplexkinos

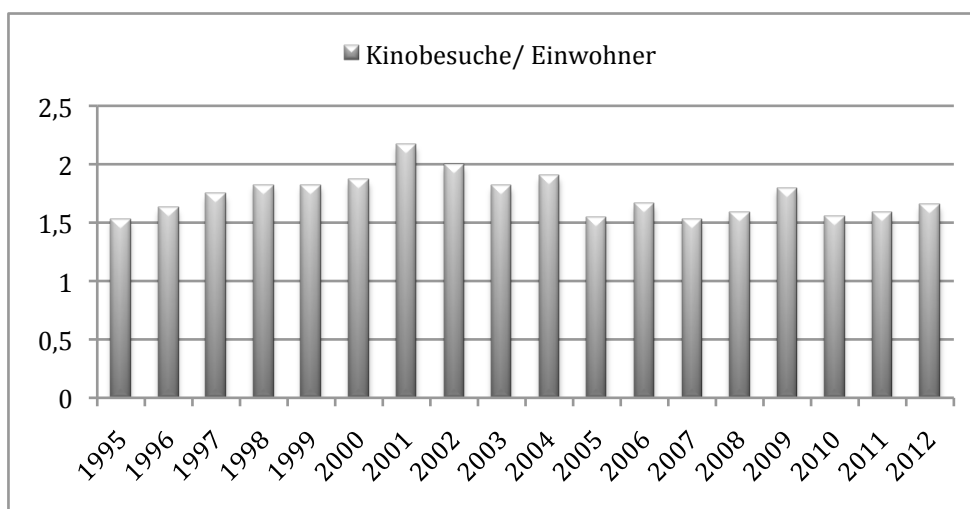
<sup>12</sup> Vgl. Köhler 2006, S.24

<sup>13</sup> Vgl. Reichenbacher 2013, 21.11.2013; United Cinemas International Multiplex GmbH (Hrsg.) o.J., 21.11.2013

die Möglichkeit eine relativ große Spannbreite an Filmen zeigen zu können.<sup>14</sup>

Derzeit geht der Bundesbürger im Durchschnitt pro Jahr 1,65 Mal ins Kino. Damit liegt er im Europavergleich minimal über dem Durchschnitt von 1,58 Besuchen. Davon ausgehend, dass viele Kinobesuche im Jahr für die Filmindustrie von Vorteil sind, dann schneidet der Deutsche im Vergleich zu Frankreich mit durchschnittlich 3,4 Kinobesuchen im Jahr eher schlecht ab.<sup>15</sup>

Anhand der folgenden Grafik kann erkannt werden, dass die Zahl der Kinobesuche pro Jahr seit 2010 gestiegen ist. 2001 war bisher ein absolutes Rekordjahr mit 2,16 Besuchen im Kino pro Einwohner.<sup>16</sup>



Quelle: Eigene Darstellung

Abbildung 2: Kinobesuche pro Einwohner in Deutschland

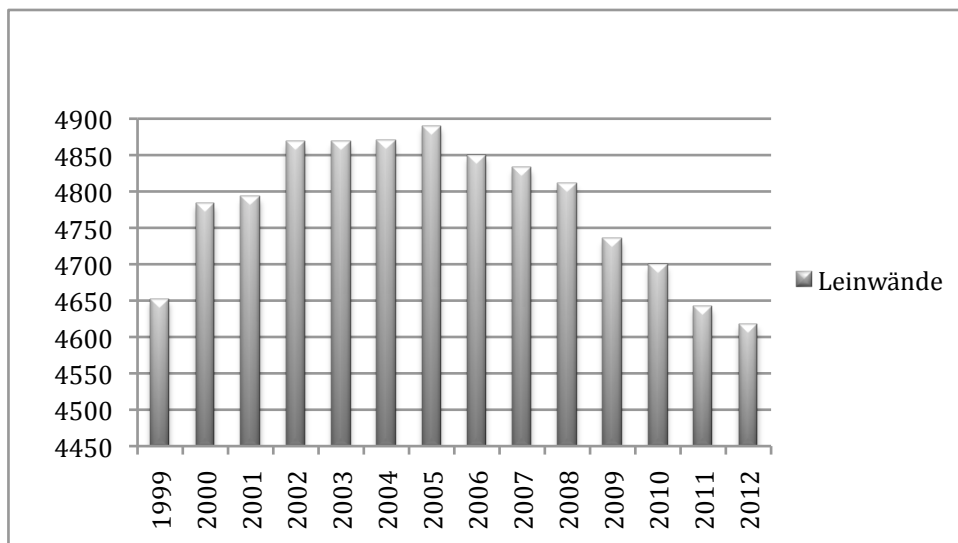
### 2.3 Veränderungen auf dem deutschen Kinomarkt

Jährlich werden einzelne Kinos geschlossen und neue Filmtheater eröffnet. Diese wirtschaftlichen Veränderungen tragen dazu bei, dass sich auch die Anzahl der bespielbaren Kinoleinwände verändert. Die Filmförderungsanstalt (FFA) erhebt über genau diese Entwicklung statistische Werte.

<sup>14</sup> Vgl. o.V. o.J., Definiton Multiplex Kino, 22.11.2013

<sup>15</sup> Vgl. Handelsblatt (Hrsg.) 2012, 22.11.2013

<sup>16</sup> Vgl. FFA (Hrsg.) o.J., 26.11.2013



Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an die Zahlen der FFA

Abbildung 3: Die Anzahl der Kinoleinwände in Deutschland von 1999 – 2012

Bis 2005 gab es in Deutschland ein stetiges Wachstum hinsichtlich der Kinoleinwände. „Dies führt nicht zwangsläufig zu einer Entspannung auf dem Verleihmarkt“.<sup>17</sup> Seit 2005 nimmt die Anzahl der Leinwände in Deutschland von Jahr zu Jahr ab, sodass im Jahr 2012 die Anzahl mit 4617 Leinwänden bereits geringer ist als die Anzahl im Jahre 1999 mit 4651 Leinwänden.<sup>18</sup> Ist dieser Rückgang ein Grund der auf Videopiraterie zurückzuführen ist? Wirklich repräsentative Aussagen lassen sich auf diese Frage erst dann treffen, wenn die Anzahl und Standorte der Kinoleinwände auch tatsächlich gleichbleibend sind, denn erst dann kann eine Gesundung des Marktes eintreten und eine Konsolidierung innerhalb der Branche stattfinden.

Hat z.B. jemand sein Lieblingskino in seiner Nähe verloren, kann nicht automatisch differenziert werden, ob er nun stattdessen einfach ins nächstbeste Kino geht oder aber die Anzahl der Kinobesuche reduziert. Hier ein Beispiel: Am Hamburger Jungfernstieg gab es seit 1956 das Filmtheater Streits. In den letzten Jahren war das Streits dafür bekannt, die sogenannten Blockbuster in Originalversionen zu zeigen. Leider wurde dieses Kino im März 2013 geschlossen, weil der Vermieter einer weiteren Verlängerung

<sup>17</sup> Schröder 1995, S.102

<sup>18</sup> Vgl. FFA (Hrsg.) o.J., 26.11.13,

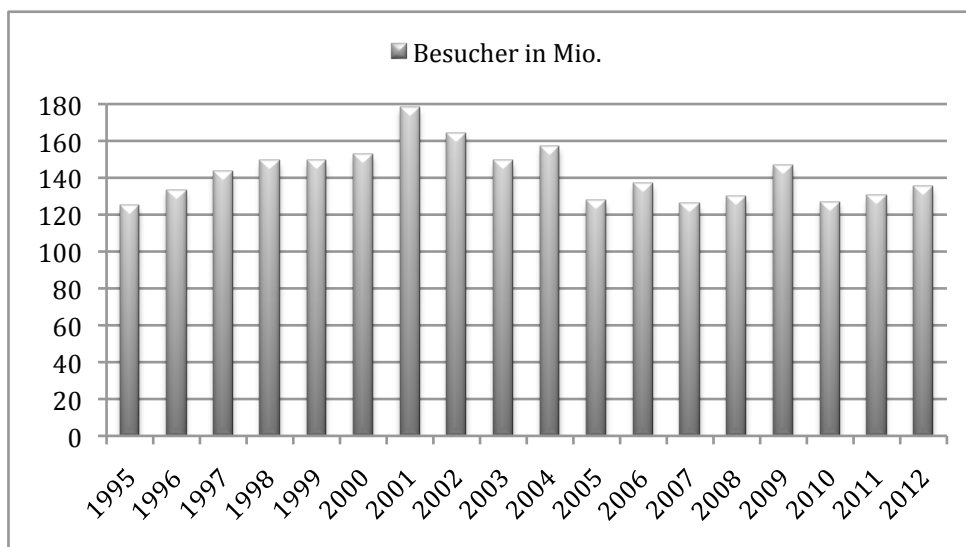


des bestehenden Vertrages nicht zugestimmt hat.<sup>19</sup> Es gibt zwar kleinere Häuser in Hamburg, die Filme im Originalton zeigen, wie z.B. das Abaton, jedoch handelt es sich dabei meist um kleine Produktionen bzw. Arthouse Filme<sup>20</sup>. Seit der Schließung des Streits wird also an mehreren Stellen versucht, die Stammkundschaft umzulenken.

Das Cinemaxx Hamburg Dammtor hat seit der Schließung englischsprachige Filme ins Sortiment aufgenommen, jedoch werden diese nur an Donnerstagen und Sonntagen gezeigt, meist mit nur je einer Vorstellung. Das Angebot ist also sehr beschränkt. Seit Juni 2013 gibt es das Savoy, ein Luxus-Kino, das dem Programm des Streits ähnelt und hauptsächlich englischsprachige Blockbuster zeigt.<sup>21</sup>

Ob sich dieses Kino halten wird, werden erst die Jahre zeigen. Dieser Fall zeigt, dass eine Stammkundschaft ausweichen muss. Mit etwas Glück findet eine Zuschauerumsiedlung statt, oder im schlechtesten Fall gehen Kinobesucher verloren.

Neben den Schwankungen der beispielbaren Leinwände gibt es also auch erhebliche Schwankungen bei den Kinobesuchern.



Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an die Zahlen der FFA

Abbildung 4: Die Entwicklung der Kinobesucher innerhalb Deutschlands von 1995 - 2012

<sup>19</sup> Vgl. Engler/ Philipp-Clausen 2012, 23.11.2013

<sup>20</sup> Arthouse Filme, bezeichnet Filme die teils künstlerisch wertvoll oder aber anspruchsvoller sind, als die Hollywood Blockbuster. Arthouse Filme laufen meist nur in kleinen Programmkinos

<sup>21</sup> Vgl. o.V. o.J., Kino Streits, 23.11.13

Betrachtet man die Besucherentwicklung in ganz Deutschland lässt sich sagen, dass 2001 ein absolutes Rekordjahr war. Filme von über 10 Millionen Besuchern, wie *Der Schuh des Manitu* und *Harry Potter und der Stein der Weisen*<sup>22</sup> waren definitiv ein wichtiger Aspekt. Aber die Tatsache, dass es dreizehn Filme über die 3 Millionen Besuchergrenze geschafft haben, hat zu diesem Rekordjahr erheblich beigetragen. Seit 1998 schaffen es im Jahr um die acht Filme über diese Hürde.<sup>23</sup> Ein weiterer Aspekt war der Zuwachs von Kinoleinwänden. Im Vergleich zum Vorjahr stagniert dieser fast und trägt zu einer Gesundung des Marktes bei.<sup>24</sup> Allerdings sollte ein Rekordjahr nicht das Maß für kommende Jahre sein. Lässt man also das Jahr 2001 außen vor, dann wird man trotzdem feststellen, dass die Entwicklung durch eine leichte Abwärtskurve geprägt ist.

Natürlich gibt es von Jahr zu Jahr Schwankungen, aber wenn man sich die Zahlen ab dem Jahr 2005 ansieht, lässt sich sagen, dass sie sich in etwa bei 130 Millionen Besuchern im Jahr eingependelt haben. Das Jahr 2009 sticht hierbei allerdings noch einmal besonders heraus. Grund hierfür ist die Einführung der ersten 3D-Filme. Es startet der Kassenschlager *Avatar*, der insgesamt über 11 Millionen Besucher<sup>25</sup> eingespielt hat und auch sonst war 2009 ein gutes Jahr. Acht Filme schafften es über die 3 Millionen Besuchergrenze.

Im gesamten Verlauf der Grafik wird deutlich, dass 1995 mit 124,5 Millionen Kinobesuchern bis heute das schlechteste Jahr war. Bis 2001 waren stets leichte Besucherzuwächse zu verbuchen, wobei seit 2001 ein Rückgang an Kinobesuchern zu verzeichnen ist. Die Videopiraterie hat ihren Teil dazu beigetragen und doch kann anhand der Zahlen gesagt werden, dass anfangs eine Schädigung für die Filmindustrie zu spüren war, sich die Zahlen aber aufgrund bereits genannter Aspekte eingependelt haben und mit keinen noch größeren Verlusten zu rechnen ist.

Außerdem darf nicht außer Acht gelassen werden, dass die Anzahl der Kinobesucher nicht nur von den jeweiligen Filmen abhängt, sondern auch von klimatischen Bedingungen. So sorgen ein heißer Sommer, der die Gäste an die frische Luft lockt und Großveranstaltungen wie z.B. eine Fußball-Weltmeisterschaft, auch immer dafür, dass die Besucher in den Kinoketten

---

<sup>22</sup> Vgl. FFA (Hrsg.) o.J., Filmhitlisten, 22.11.13

<sup>23</sup> errechneter Mittelwert, anhand der FFA Listen

<sup>24</sup> Vgl. Cinemaxx AG (Hrsg.) Geschäftsbericht 2001, S.8

ausbleiben. Das Betreiben von Filmtheatern ist nun einmal ein saisonales Geschäft, welches ständigen Schwankungen ausgesetzt ist. Die Besucherströme sind also nie zu 100% vorhersehbar.

---

<sup>25</sup> Vgl. FFA (Hrsg.) o.J., Filmhitlisten, 22.11.2013

### 3 Filmpiraterie

Früher wurden mit Kassettenrekordern die derzeitigen Lieblingslieder aus dem Radio und die Filme im Fernsehen auf VHS Kassetten aufgenommen. Im Zeitalter der digitalen Medien zieht man sich heute die Musik illegal aus dem Netz oder konvertiert *youtube*-Videos in mp3-Dateien. Heutzutage hat man sogar die technischen Möglichkeiten, sich ganze Filme oder Serien im Internet anzuschauen oder herunterzuladen. Allerdings passiert dieses meist illegal oder in gesetzlichen Grauzonen.

Dieser Abschnitt wird sich auf die Piraterie von Kinofilmen und dessen Distribution über digitale Vertriebswege konzentrieren.

#### 3.1 Definition Filmpiraterie

Der Begriff Filmpiraterie ist ein Kunstwort und demnach gibt es keine Legaldefinition. Für eine Definition muss als erstes der Bestandteil Piraterie näher erläutert werden. Piraterie stammt aus dem Griechischen und meint den Akteur hinter den Taten, demnach den Piraten oder den Seeräuber. Piraterie im ursprünglichen Sinne meint u.a. einen Angriff wagen bzw. sich oder sein Glück in etwas versuchen und wird oftmals mit Gewalttätigkeit in einen Zusammenhang gebracht. Seit dem 18. Jahrhundert versteht man unter Piraterie „allgemein die Verletzung von Schutzrechten, insbesondere von geistigen Schutzrechten, den Copyrights“<sup>26</sup>. Dördrechter macht den Versuch und definiert Filmpiraterie wie folgt:

„Filmpiraterie ist die Verletzung von bestehenden Urheber- und Leistungsschutzrechten sowie von gewährten Nutzungsrechten am Film. Soweit nicht weiter eingeschränkt, schließt Filmpiraterie sowohl gewerbliche Urheberrechtsverletzungen als auch solche ein, die nur zu unentgeltlichen Zwecken im privaten Umfeld betrieben werden.“<sup>27</sup>

#### 3.2 Geschichtlicher Hintergrund und Entstehungsursachen von Filmpiraterie

Wie der Mensch hat sich auch die Technik und somit die Mediennutzung weiterentwickelt. Mittlerweile sind es nicht mehr die Druckmedien, die im Fokus unserer Mediennutzung stehen, sondern das Internet (s. Abb. 7). Mit

---

<sup>26</sup> Vgl. Dördrechter 2006, S.34 f.

<sup>27</sup> Dördrechter 2006, S.36

dem Internet und den neuen Medien sind auch neue Probleme aufgetreten. Man könnte meinen, eines dieser neuartigen Probleme sei die Filmpiraterie, doch die Problematik um Raubkopien gab es bereits im Mittelalter. Da wurden zwar keine Filme kopiert und verbreitet, dafür aber Schriftstücke und Bücher.<sup>28</sup> Sogar im Jahr 600 v. Chr. gab es Fälle von Piraterie, bei der Fälschung von Statuen, allerdings dies damals „eine akzeptierte Form der Bewunderung“<sup>29</sup>.

Auch die Filmpiraterie ist ein Problem, das die Filmindustrie schon länger beschäftigt. Das Internet hat zwar dazu beigetragen, dass mittlerweile die Distributionswege von Raubkopien anders sind, aber bereits in den 80er-Jahren wurden ganze Video-Piraterie-Ringe hochgenommen.<sup>30</sup> Doch mit dem Internet gab es nun auch neue und vor allem schnellere Wege, Raubkopien an den Mann zu bringen.

1999 ging die Tauschbörse *Napster* online. *Napster* war sozusagen der Beginn allen Unheils der heutigen digitalen Videopiraterie. Auch wenn Anfangs mehr die Musik- als die Filmindustrie betroffen war.<sup>31</sup> Nachdem die Tauschbörse *Napster* Ende 1999 von der Recording Industry Association of America verklagt wurde, musste diese im Jahr 2001 zwar vorerst geschlossen werden, aber seit der Eröffnung von *Napster* gab es plötzlich zahlreiche andere Peer-to-Peer (P2P) Netzwerke. Unter P2P Netzwerken versteht man so genannte Online-Tauchbörsen.

Gleichzeitig kam es zu Verbesserungen, was die Datenkomprimierungsverfahren betrifft, die Internetbandbreiten stiegen weiter an und die Online-Dienste einschließlich der dazu erforderlichen Software wurden kontinuierlich weiterentwickelt.<sup>32</sup>

Ab diesem Zeitpunkt war von einer neuen Dimension des Tauschens die Rede.<sup>33</sup> Da im Internet alles zu finden ist - von aktuellen Kinofilmen, alten Klassikern, Dokumentationen bis zu kompletten Serien - könnte man, wie Envisional, meinen: „In effect, the Internet is now a global video recorder...“<sup>34</sup>

---

<sup>28</sup> Vgl. Rochlitz 1986, S.1

<sup>29</sup> Dördrechter 2006, S.35

<sup>30</sup> Vgl. Rochlitz 1986, S. 70, 74

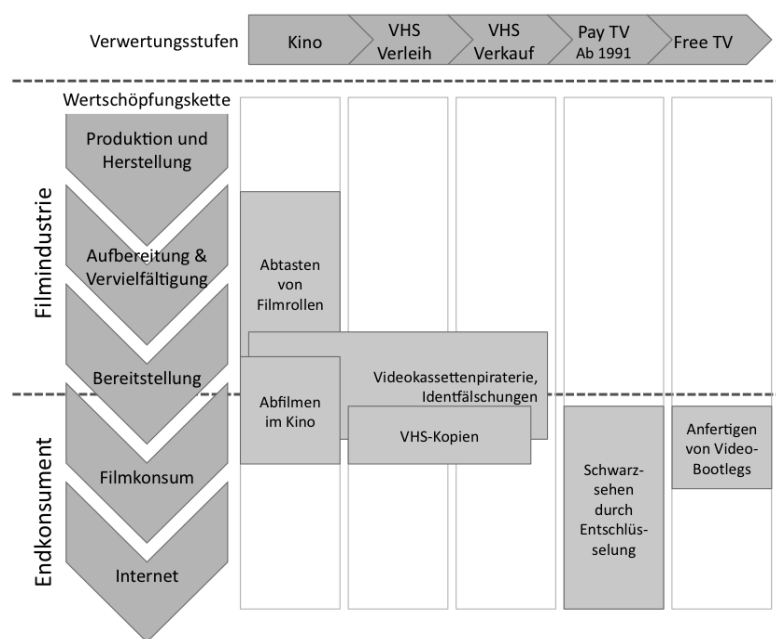
<sup>31</sup> Vgl. Günther 2001, S.27 f. nach Dördrechter 2006, S.48

<sup>32</sup> Vgl. Dördrechter 2006, S.48

<sup>33</sup> Vgl. Bhattacharjee et al. 2005, S. 2 nach Dördrechter 2006, S.48

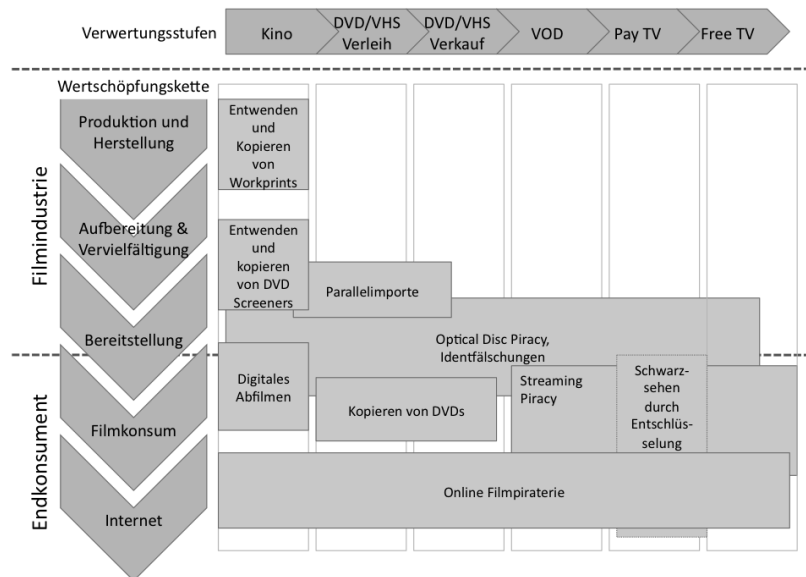
<sup>34</sup> Envisional 2004, S.6 nach Dördrechter 2006, S.50

Das Verfahren der heutigen Videopiraterie lässt sich nicht mehr mit den Verfahren aus den 80er-Jahren gleichsetzen. Laut Dördrechter spricht man somit von Filmpiraterie der ersten und der zweiten Generation. Die zwei folgenden Abbildungen stellen die unterschiedlichen Dimensionen und Erscheinungsformen der jeweiligen Generation dar. Diese Arbeit wird sich im Weiteren jedoch hauptsächlich auf die zweite Generation beziehen.



Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an Dördrechter 2006

Abbildung 5: Filmpiraterie der ersten Generation 1976 – 1998



Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an Dördrechter 2006

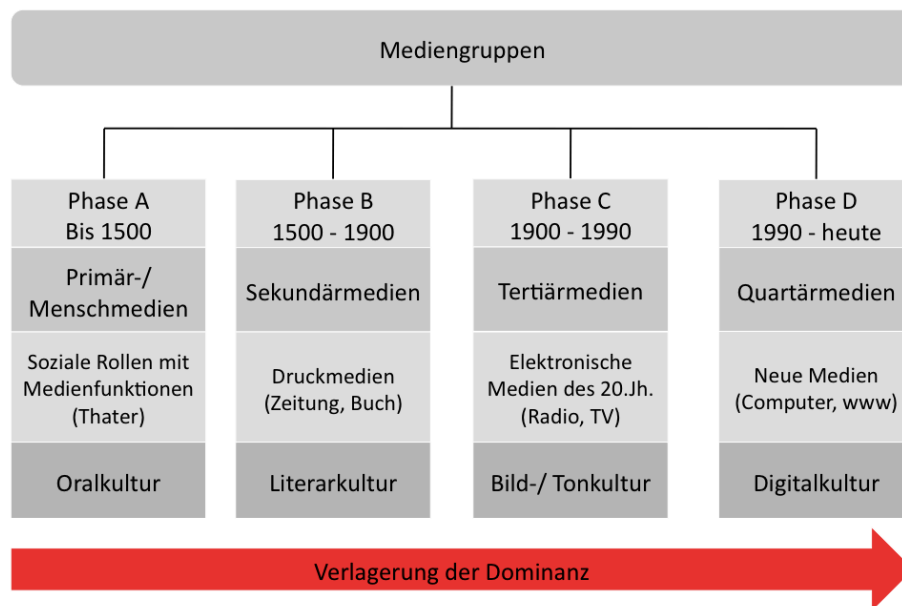
Abbildung 6: Filmpiraterie der zweiten Generation 1998 - heute

Die Entwicklungen werden sich auch weiterhin fortsetzen und man darf gespannt sein, wohin uns diese noch führen werden. Dies alleine ist jedoch ein Thema für sich.

Anhand des Rieplschen Gesetzes lässt sich erklären, dass kein Medium, welches einmal vollständig eingeführt wurde und sich bewahrheitet hat, von einem anderen Medium ersetzt geschweige denn verdrängt wird. Stattdessen wird sich dieses Medium wandeln.<sup>35</sup>

Wir werden also noch zukünftig sehr lange mit dem Internet zu tun haben, umso mehr ein Grund, sich mit den Problemen, die es mit sich bringt ausgiebig zu beschäftigen und gegebenenfalls Lösungen zu finden.

<sup>35</sup> Vgl. o.V. o.J., Rieplsches Gesetz, 19.12.13



Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an Faulstich 2006

Abbildung 7: Phaseneinteilung der Mediengruppen nach Werner Faulstich

Neben den technischen Fortschritten, die uns heutzutage zur Verfügung stehen und bereits erläutert wurden, gibt es auch andere Gründe warum Videopiraterie heute und in Zukunft betrieben wird.

Durch die Globalisierung ist eine neue Generation von Menschen herangewachsen. Eine Generation, in der immer alles schneller, besser und größer sein muss. Wir haben uns zu einer Konsumgesellschaft entwickelt, die von Kurzlebigkeit geprägt ist und unser Mediennutzungsverhalten hat sich im Laufe der Jahre stark verändert, nicht umsonst befinden wir uns derzeit in der Digitalkultur.

77,2% der Bevölkerung in Deutschland bewegen sich im Internet und halten sich täglich bis zu 169 Minuten online auf. Das Internet zählt zu den drei meist genutzten Medien neben dem Fernseher und dem Hörfunk und wird immer wichtiger.<sup>36</sup>

<sup>36</sup> Vgl. van Eimeren/ Frees o.J., 12.01.2014



	1997	2000	2003	2006	2009	2010	2011	2012	2013
Gesamt	6,5	28,6	53,5	59,5	67,1	69,4	73,3	75,9	77,2
Männer	10,0	36,6	62,6	67,3	74,5	75,5	78,3	81,5	83,5
Frauen	3,3	21,3	45,2	52,4	60,1	63,5	68,5	70,5	71,1
14-19 J.	6,3	48,5	92,1	97,3	97,5	100,0	100,0	100,0	100,0
20-29 J.	13,0	54,6	81,9	87,3	95,2	98,4	98,2	98,6	97,5
30-39 J.	12,4	41,1	73,1	80,6	89,4	89,9	94,4	97,6	95,5
40-49 J.	7,7	32,2	67,4	72,0	80,2	81,9	90,7	89,4	88,9
50-59 J.	3,0	22,1	48,8	60,0	67,4	68,9	69,1	76,8	82,7
ab 60 J.	0,2	4,4	13,3	20,3	27,1	28,2	34,5	39,2	42,9
in Ausbildung	15,1	58,5	91,6	98,6	98,0	100,0	100,0	100,0	100,0
berufstätig	9,1	38,4	69,6	74,0	82,3	82,4	87,0	90,7	89,6
Rentner/nicht berufstätig	0,5	6,8	21,3	28,3	34,7	36,4	45,0	44,7	50,2

Basis: Bis 2009: Deutsche ab 14 Jahren in Deutschland (2009: n=1 806, 2006: n=1 820, 2003: n=1 955, 2000: n=3 514, 1997: n=15 431).  
Ab 2010: Deutschspr. Bevölkerung ab 14 Jahren (2013: n=1 800, 2012: n=1 800, 2011: n=1 800, 2010: n=1 804).

Quelle: ARD-Onlinestudie 1997, ARD/ZDF-Onlinestudie 1998-2013

*Tabelle 1: Internetnutzer in Deutschland 1997 – 2013*

	1997	2000	2003	2006	2009	2010	2011	2012	2013
Verweildauer Mo-So (in Min./Tag)	76	91	138	119	136	136	137	133	169
Häufigkeit der Onlinenutzung pro Woche (in Tagen)	3,3	4,5	4,4	4,8	5,4	5,7	5,6	5,7	5,8

Basis: Bis 2009: Deutsche Onlinenutzer ab 14 Jahren (2009: n=1 212, 2006: n=1 084, 2003: n=1 046, 2000: n=1 005, 1997: n= 1003). Ab 2010: Deutschspr. Onlinenutzer ab 14 Jahren (2013: n=1 389, 2012: n=1 366, 2011: n=1 319, 2010: n=1 252).

Quelle: ARD-Onlinestudie 1997, ARD/ZDF-Onlinestudie 1998-2013

*Tabelle 2: Durchschnittliche Verweildauer bei der Onlinenutzung 1997 - 2013*

Gefühlt hat jeder dritte ein internetfähiges Smartphone und in Kreisen von Jugendlichen ist es keine Seltenheit, dass sich eine Anzahl von Leuten trifft, um nebeneinander zu sitzen und sich online bei *facebook* aufzuhalten anstatt sich zu unterhalten. Man muss mitreden können und immer up-to-date sein. Psycho-soziale Faktoren, die dafür sorgen, dass die Videopiraterie beim Ottonormalverbraucher angetrieben wird.

Obwohl gesagt wird, dass Videopiraterie ein relativ neues Problem ist, hat es sich bereits zu einem Massenphänomen entwickelt.<sup>37</sup> Wenn auch nicht Weltmeister im Fußball, so ist Deutschland im Jahr 2003 an oberster Spitze, was das illegale Downloaden von Filmen im Internet angeht. „In keinem Land der Welt wurde so häufig gegen geltende Gesetze verstoßen – bzw. das Urheberrecht verletzt – wie in Deutschland.“<sup>38</sup> Doch was ist eigentlich erlaubt?

<sup>37</sup> Vgl. Dördrechter 2006, S. 1

<sup>38</sup> Cinemaxx AG (Hrsg.) Geschäftsbericht 2003, S. 6

### 3.3 Rechtliche Grundlagen

Beim Film handelt es sich um ein immaterielles Gut, welches auf einer persönlichen und geistigen Schöpfung basiert und somit urheberrechtlich geschützt ist. Dieser Schutz wird im Urheberrechtsgesetz (UrhG) geregelt.<sup>39</sup>

Dieses Urheberrecht erlischt erst siebenzig Jahre nach dem Tod des Urhebers bzw. siebenzig Jahre nach dem Tod des längstlebenden Miturhebers.<sup>40</sup> Danach ist das Werk für jedermann frei nutzbar ohne dass vorweg eine Zustimmung des Urhebers eingeholt bzw. eine Vergütung vereinbart werden muss.<sup>41</sup>

Mit dem Urheberrecht sind nicht nur die Urheber geschützt, sondern auch sämtliche Beteiligten. Bei einem Film sind somit z.B. die Schauspieler über Leistungsschutzrechte abgesichert<sup>42</sup> und auch die Verwertungs- und Nutzungsrechte sind im Unterabschnitt 2 des UrhG geregelt.

Neben den Urheberrechten gibt es für jeden Film auch eine Klassifizierung über die FSK<sup>43</sup>, um einen gerechten Jugendschutz festzulegen. Bei Kinofilmen findet diese Klassifizierung bereits seit 1949 statt<sup>44</sup> und dient dem Schutz der Jugend in der Öffentlichkeit nach dem Jugendschutzgesetz (JuSchG).<sup>45</sup>

### 3.4 Wo fängt Videopiraterie an und wo hört sie auf?

Nehme ich mir einen Film, der im Fernsehen läuft auf, um ihn für den Eigenbedarf zu nutzen, ist dies legal. Sobald ich jedoch diesen Mitschnitt nicht mehr nur privat nutze, sondern vertreibe bzw. weiter verwerte, ist dies illegal.<sup>46</sup>

Kaufe ich mir für den Privatgebrauch einen Film auf DVD oder das neue Album meiner Lieblingsband, ist es auch hier erlaubt eine Privatkopie anzufertigen. Wichtig dabei ist allerdings, dass auch diese Kopie nur für den privaten Gebrauch gedacht sein darf und keine Gewinnabsichten mit dieser Kopie einhergehen dürfen. Die Kopie darf hierbei nicht von einer Kopie erstellt worden sein.<sup>47</sup>

---

<sup>39</sup> Vgl. Dördrechter 2006, S.8, 27

<sup>40</sup> UrhG § 64, 65

<sup>41</sup> Vgl. Dördrechter 2006, S.28

<sup>42</sup> UrhG § 73

<sup>43</sup> Freiwillige Selbstkontrolle der Filmwirtschaft

<sup>44</sup> Vgl. Rochlitz 1986, S.69

<sup>45</sup> Vgl. FSK (Hrsg.) o.J., 16.11.2013

<sup>46</sup> Vgl. Rochlitz 1986, S. 73f.

<sup>47</sup> Vgl. o.V. o.J., Ist eine DVD-Sicherheitskopie legal?, 27.11.2013

Im Folgenden soll der Fokus auf *youtube* gelegt werden. Im heutigen Internetzeitalter ist *youtube* eine der größten Internetplattformen mit mehr als 1 Milliarde Besucher pro Monat<sup>48</sup>. *Youtube* ermöglicht es jedem Nutzer, sämtliche Videos online anzuschauen, aber auch selbst Videos hoch zu laden. Beim Hochladen von Videos sollte auf die Einhaltung der Urheberrechte geachtet werden. Es ist nämlich nicht erlaubt, das neueste Video von Beyoncé online zu stellen, wenn man selbst nicht der Urheber dieses Videos ist<sup>49</sup>. Und trotzdem sind zahlreiche Videos bzw. Audiofiles mit den Original Audiospuren dort zu finden. Ist es nun also legal diese *youtube*-Videos zu konvertieren und als mp3-Dateien auf dem Rechner zu speichern? Wie bei den oberen Beispielen zu erkennen ist, ist es durchaus erlaubt Mitschnitte im Fernsehen zu machen bzw. Kopien für den Privatgebrauch unter bestimmten Voraussetzungen anzufertigen.

Das Hauptproblem bei *youtube*-Videos ist, dass man nicht weiß, ob die Vorlage ursprünglich offensichtlich rechtswidrig hergestellt bzw. rechtswidrig hochgeladen und somit öffentlich zugänglich gemacht wurde. Man könnte jetzt meinen, dass es demnach nicht erlaubt sei, durch Konvertierungen die Dateien auf dem Rechner zu speichern. Da jedoch im Online-Bereich das rechtswidrige Herstellen bzw. Zugänglichmachen nicht nachweisbar ist und es an entgegenstehenden Urteilen und einer entsprechender Gesetzeslage mangelt, darf man *youtube*-Videos oder auch nur Audiospuren auf dem Rechner speichern.<sup>50</sup> Fraglich bleibt, ob dies nicht allerdings doch eher als Herstellung von Raubkopien gewertet werden sollte.

### 3.4.1 Fallbeispiel kino.to

Ein weiteres Beispiel ist der bekannte Fall kino.to. Von September 2007 bis Juni 2011 war *kino.to* eine der größten Portale für Raubkopien in Deutschland. Zwar gibt es viele solcher Streamingseiten, *kino.to* war jedoch die meistfrequentierte. An einigen Tagen gab es dort bis zu 4 Millionen Nutzer<sup>51</sup>. Laut einer Studie der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) hielten 37% dieser Nutzer das Portal *kino.to* für rechtlich erlaubt<sup>52</sup>, was das fehlende Rechtsbewusstsein der Nutzer verdeutlicht. Auf diesem Internet-

---

<sup>48</sup> Vgl. YouTube (Hrsg.) o.J., YouTube-Community-Richtlinien, 28.11.2013

<sup>49</sup> Vgl. YouTube (Hrsg.) o.J., Statistiken, 28.11.2013

<sup>50</sup> Vgl. Janisch 2011, 28.11.2013

<sup>51</sup> Vgl. Lischka/ Reißmann 2012, 25.11.2013

<sup>52</sup> Vgl. GfK( Hrsg.) DCN Studie 2012, 13.12.2013

portal gab es nicht nur aktuelle Kinofilme, sondern auch komplette Serien, zahlreiche Filme und Dokumentationen, die nicht mehr im Kino liefen.

Das ganze Portal hat sich über Premium-Mitglieder und Werbeeinnahmen finanziert. Leider in diesem Fall nicht immer einwandfrei. Stattdessen ist man auf zwielichtige Pornoseiten aufmerksam gemacht worden, in Abofallen gelandet oder aber man hat sich Viren eingefangen.<sup>53</sup>

Obwohl *kino.to* nie die Einzige, aber eben die bekannteste Streamingseite war, sind nach der Schließung sehr schnell andere Plattformen in den Fokus getreten. Einhergehend mit der Schließung von *kino.to* wurde in deutschen Videotheken eine Steigerung bei den Verleihvorgängen festgestellt. Im Juni 2011 betrug diese zum Vorjahr ganze 28,9%<sup>54</sup>. Nun stellt sich die Frage: Wer wird für diesen Missbrauch der Urheberrechte haftbar gemacht?

Der 29-jährige Chefprogrammierer Bastian P. aus Hamburg wurde zu drei Jahren und zehn Monaten Haft verurteilt und sein Chef Dirk B. zu vier Jahren und sechs Monaten<sup>55</sup>. Auch andere Mitarbeiter des mittleren Managements wurden verurteilt. Sie alle wurden der massenhaften Verletzung des Urheberrechts für schuldig empfunden.<sup>56</sup>

Die Nutzer hingegen, solange es nicht die Premium-Nutzer sind, die durch Bezahlung ihrer Premium-Accounts ihre persönlichen Daten hinterlegt haben, werden vorerst nicht verfolgt. Dies liegt daran, dass zum einen der Aufwand immens wäre, alle Serverdaten mit den realen Namen und Adressen in Verbindung zu bringen, da die Log-Dateien der Server regelmäßig gelöscht werden. Zum anderen ist der rezeptive, heißt der wahrnehmende, Werkgenuss im Urheberrecht nicht erfasst. Da es bisher keine Rechtsprechungen gab, befindet man sich auch hier in einer rechtlichen Grauzone.<sup>57</sup>

---

<sup>53</sup> Vgl. Djordjevic 2012, 25.11.2013

<sup>54</sup> Vgl. GVV (Hrsg.) Jahresbericht 2011, S.19, 09.12.2013

<sup>55</sup> Vgl. Djordjevic 2012, 25.11.2013

<sup>56</sup> Vgl. Lischka/ Reißmann 2012, 25.11.2013; GVV (Hrsg.) Jahresbericht 2011, S.19 f., 09.12.2013

<sup>57</sup> Vgl. Djordjevic 2012, 25.11.2013; GVV (Hrsg.) Jahresbericht 2011, S.20, 09.12.2013

### 3.4.2 Netzfreiheit vs. Urheberrechtsverletzungen

Natürlich sollten Urheber und ihre Rechte geschützt werden, aber immer öfter geraten Urheberrecht und Netzfreiheit in einen Konflikt. Netzfreiheit meint

„die Gleichbehandlung aller Inhalte im Netz. Genauer: Alle Internetanbieter sind verpflichtet, Datenpakete von Nutzern gleich zu behandeln, unabhängig von deren Inhalten und Herkunft.“<sup>58</sup>

Doch leider sieht die Realität nicht immer so aus. Je nachdem mit welcher IP-Adresse man im Internet unterwegs ist, können Inhalte eingesehen werden oder eben nicht. So erhält ein User beispielsweise keinen Zugriff auf die *ARD* oder *ZDF* Mediathek, wenn dieser nicht mit einer deutschen IP-Adresse unterwegs ist und anders herum bleiben einem andere Inhalte verschlossen, wenn eine deutsche IP-Adresse genutzt wird.

Es werden nach und nach neue technische Erfindungen entwickelt, um mittlerweile jeden Klick eines Users verfolgen zu können. Die EU-Komissarin Neelie Kroes sagt auf der Internetkonferenz *re:publica*, dass 41% aller Italiener aus Angst, weil man nicht weiß, mit wem man es dort zu tun hat, noch nie im Internet waren. Es sei also von Vorteil, wenn sich Menschen im Internet mit ihrem „Klarnamen“ bewegten.<sup>59</sup> Doch laufen wir Menschen im Alltag auch nicht die ganze Zeit mit einem Namensschild durch die Gegend.

Nicht nur, dass einem Internetbenutzer nicht alles frei zugänglich gemacht wird, es gibt auch Probleme bei den Internetanbietern, indem bestimmte Seiten mit unterschiedlichen Bandbreiten bearbeitet und abgerechnet werden. Damit Internetanbieter „Daten im Netz bevorzugen können, müssen die Inhalte bekannt sein und entsprechend gefiltert werden“.<sup>60</sup> Würde es die Netzfreiheit nicht geben, dann hätten Internetprovider die volle Kontrolle darüber, wer wie das Internet und seine Angebote nutzt.

„Das freie und offene Netz mit seinen vielfältigen Möglichkeiten, das in kürzester Zeit grundlegend für unsere Kultur geworden ist und unser Grundrecht auf freien Informationszugang und Meinungsäußerung schützt, sollte nicht wirtschaftlichen Interessen zum Opfer fallen.“<sup>61</sup>

---

<sup>58</sup> 1Live (Hrsg.) 2013, 04.01.2014

<sup>59</sup> Vgl. Biermann 2012, 04.01.2014

<sup>60</sup> 1Live (Hrsg.) 2013, 04.01.2014

<sup>61</sup> 1Live (Hrsg.) 2013, 04.01.2014

Dieser kleine Abschnitt zeigt, dass auch diese Thematik hochaktuell ist. Allerdings könnte man mit diesem Thema alleine eine Bachelorarbeit füllen, deswegen soll es hier nur am Rande erwähnt werden.

### 3.5 Distributionswege von Raubkopien

Es gibt verschiedene Formen der Piraterie und da, wo früher die Hardgoods und Auktionen im Mittelpunkt standen, sind es zu Zeiten des Internets die Raubkopiefälle, die online über Downloads, FTP (File Transfer Protocol), P2P und Portalseiten erfolgen. Unter Hardgoods sind illegale Raubkopien zu verstehen, die über physikalische Datenträger verbreitet werden, welche nicht über Auktionshäuser verkauft werden. Unter Auktionen ist der Vertrieb von Raubkopien über verschiedene Auktionshäuser gemeint, wobei *Ebay* dabei als wichtigstes Auktionshaus gilt.<sup>62</sup> Unter P2P-Netzwerken verstehen sich so genannte Online-Tauschbörsen für Gleichberechtigte. Indem man seinen Rechner und die darauf enthaltenen Dateien für andere Nutzer freigibt, kann ein so genanntes Filesharing stattfinden, das ohne Zwischenschritte über externe Server auskommt.<sup>63</sup> Auch FTP Server ermöglichen den illegalen Austausch von Filmen, da meist mehrere Rechner zu einem Netzwerk verbunden sind und so die Übertragung von großen Dateien stattfinden kann.<sup>64</sup> Portalseiten bezeichnen Seiten wie z.B. ehemals *kino.to*. Auf diesen Seiten gelangt man durch Streaminglinks zu den jeweiligen Angeboten. Beim Streamen werden die jeweiligen Daten nur im Zwischenspeicher geladen und nicht komplett gedownloadet<sup>65</sup>. Bei den Downloads handelt es sich um Vorgänge die nicht über Portalseiten oder P2P-Netzwerke erfasst werden.<sup>66</sup>

Die Gesellschaft für Urheberrechtsverletzungen, kurz GUV, leitet jährlich eine Anzahl von Strafverfahren gegen Piraterie-Vorfälle ein und hat Zahlen veröffentlicht, auf welche Art der Distribution sich die meisten Verfahren stützen.

---

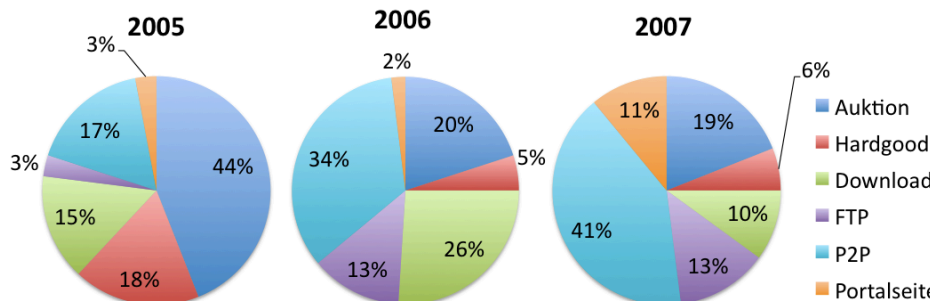
<sup>62</sup> Vgl. GUV (Hrsg.) Jahresbericht 2005, S.9, 13, 09.12.2013

<sup>63</sup> Vgl. Nitschke 2004, S.25

<sup>64</sup> Vgl. GUV (Hrsg.) Jahresbericht 2011, S.4, 09.12.2013

<sup>65</sup> Vgl. GUV (Hrsg.) Jahresbericht 2011, S.6, 09.12.2013

<sup>66</sup> Vgl. GUV (Hrsg.) Jahresbericht 2005, S.9, 09.12.2013



Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung des GVG Jahresbericht 2007

Abbildung 8: GVG Verfahrensaufteilung

Anhand der Abbildung 8 geht eindrücklich hervor, dass sich der meiste Anteil von den Hardgoods und Auktionen bereits verschoben hat. Im Jahr 2007 findet die illegale Distribution bereits zu drei Vierteln online statt. Da der Anteil der Verfahren sich so immens verschoben hat, lässt sich darauf schließen, dass somit auch die Nutzung und Verbreitung von illegalen Raubkopien eine andere geworden ist.

Im Jahr 2005 wurde an der Technischen Hochschule in Aachen in Zusammenarbeit mit Partners 4 Management erstmals die Studie „Available-for-Download“ erstellt, welche diese These unterstützt. Die Studie sollte erstmals neutrale und aussagekräftige Antworten zum Thema Filmpiraterie liefern. Bei dieser Studie wurden alle Filmstarts innerhalb eines Jahres, sowie alle relevanten Foren, Streamingportale und Tauschbörsen berücksichtigt. Die Ergebnisse lauten:

- 2/3 aller Kinofilme sind online verfügbar,
- davon sind bereits 1/3 vor Filmstart zu finden und ein weiteres Drittel nach dem ersten Wochenende
- grundsätzlich sind alle Herkunftsländer betroffen,
- Verfügbarkeit amerikanischer Filme zu 94% und deutsche Filme zu 40%,
- Filme mit mehr als 100 Startkopien sind faktisch immer verfügbar,
- 41% des Bildmaterials stammt aus Pressevorführungen oder Jury-Versionen und sind somit als „gut“ einzustufen.<sup>67</sup>

<sup>67</sup> Vgl. o.V. 2005, Informationen zur Available-for-Download Studie, 14.12.2013

Im Jahr 2005 lag der Anteil der illegal verfügbaren Filme bei zwei Drittel. Im Vergleich zum Jahr 2007 hat sich diese Zahl auf 54% verringert und im Jahr 2009 ist die Anzahl der Filme dann nochmals gesunken, so dass „nur“ noch 40% illegal im Netz zu finden waren.<sup>68</sup>

### 3.6 Sorgt Videopiraterie wirklich für Schäden?

Videopiraterie ist in aller Munde und es wird immer nur von den negativen Aspekten geredet, aber schadet Videopiraterie der Filmindustrie wirklich? Geht man davon aus, dass jeder Film, der illegal über das Internet vertrieben und dort angeschaut wird, für weniger Geldeinnahmen sorgt, dann schadet Videopiraterie. Weniger Kinobesucher bedeuten nicht nur für die Kinoketten weniger Umsatz an Ticket- und Gastronomieverkäufen, sondern auch weniger Umsatz für die Verleiher und Produktionsfirmen. Abgesehen davon, dass in Deutschland ein Filmerfolg an den Besucherzahlen und nicht an den Einnahmen gemessen wird, anders als z.B. in Amerika, erhält der Verleiher pro verkauftes Kinoticket einen prozentualen Anteil am Gewinn.<sup>69</sup>

Betrachtet man die Aspekte nur auf dieser Ebene, sorgt Videopiraterie theoretisch für Verluste, es wird sogar von Schäden in Millionen bzw. Milliardenhöhe gesprochen. Schaut man aber auf Produktplatzierungen, die in fast jedem Film vorkommen und einen Mehrwert für beide Seiten schaffen sollen, dann findet dieser Effekt dennoch statt. Egal ob der Film legal im Kino oder illegal im Internet angeschaut wurde.

„Werbemittel, bei dem durch gezielte Platzierung von Markenprodukten in Form einer realen Requisite in die Handlung eines Spielfilms eine hohe Werbewirkung erwartet wird. Das Produkt (die Marke) muss für den Betrachter erkennbar sein und z.B. durch einen bekannten Darsteller, der eine Leitbildfunktion (Opinion Leader) besitzt, verwendet oder verbraucht werden.“<sup>70</sup>

---

<sup>68</sup> Vgl. Wolf 2009, 14.01.2014

<sup>69</sup> Vgl. Kreuzer 2010, S.31

<sup>70</sup> Esch/ Meckel/ Sjurts o.J., 15.05.2013



Auch andere Faktoren spielen im Hinblick auf die Frage der Schädigung eine Rolle. So kann bspw. die Mundpropaganda auch durch illegales Konsumieren im Internet angeregt werden und damit positive Wirkungen auf die Filmindustrie haben. Denn wenn ein Film gefallen und überzeugt hat, dann wird darüber geredet.

Ein Film wie *Ziemlich beste Freunde*, der letztes Jahr mit insgesamt 8,9 Millionen Zuschauern<sup>71</sup> der Hit an den Kinokassen war, hätte es ohne Mundpropaganda nicht so weit gebracht. Ursprünglich war er nur für kleine Programmkinos vorgesehen, doch als die Filmindustrie gemerkt hat, was für einen Erfolg dieser Film mit sich bringt, haben selbst die großen Ketten den Film mit ins Programm aufgenommen. Und der Film lief und lief. Selbst als es ihn als DVD im Laden käuflich zu erwerben gab, lief *Ziemlich beste Freunde* immer noch in den Kinos und hat für ausverkaufte Kinosäle gesorgt.<sup>72</sup> Trotz zunehmender Videopiraterie kann hier von einem Kassenschlager und somit einem Publikumserfolg gesprochen werden, denn der Film hat bei Weitem sein eigentliches Ziel übertroffen.<sup>73</sup> Und solange ein Film alle ursprünglichen Ausgaben am Ende des Tages wieder deckt oder vielleicht sogar noch Gewinne erzielt, kann von einem wirtschaftlich erfolgreichen Film gesprochen werden.<sup>74</sup>

Von Raubkopierern wird auch gerne das Argument vorgelegt, dass der Erwerb bzw. das illegale Schauen eines Filmes der Filmindustrie nicht schaden wird. Im Einzelnen wird dies auch zutreffen, tut dies jedoch die ganze Masse, dann ist dieses Handeln mit Auswirkungen versehen.

Des Weiteren wird das so genannte „Star-Argument“ angebracht. Soll heißen, dass hochrangige Schauspieler aus Hollywood an den Arbeiten zum Film bereits so viel Geld verdienen, dass sie der Schaden durch Videopiraterie gar nicht stört. Auch wenn es bspw. einen Leonardo DiCaprio nicht schadet, es ist nun einmal sein Beruf, demnach steht ihm dieses Geld zu, ob er es nun benötigt oder nicht. Außerdem sind noch zahlreiche andere Personen an Produktionen beteiligt, dessen Job davon abhängt.

Eine Schlussfolgerung könnte sein, dass durch die enormen Schädigungen kaum noch Filme produziert werden. Tatsache ist jedoch, dass durch die voranschreitende Technik, also den Prozess der fortschreitenden

---

<sup>71</sup> Vgl. FFA (Hrsg.) o.J., Filmhitlisten, 03.12.2013

<sup>72</sup> Als langjährige Kinomitarbeiterin habe ich dies vor Ort miterlebt.

<sup>73</sup> Vgl. Hentschel 2013, 03.12.2013

<sup>74</sup> Vgl. Köhler 2006, S. 57

Digitalisierung immer günstigere Möglichkeiten entstehen, Filme zu produzieren.<sup>75</sup>

Lässt man den Gedanken des Product Placements und der Mundpropaganda außen vor und die Markenbildung die dadurch einhergehen kann, dann gibt es in allererster Linie urheberrechtlich geschädigte Personen, wie z.B. Produzenten, Cutter und Schauspieler und es gibt wirtschaftliche Schäden, die in mehreren Märkten und Verwertungsstufen eingeordnet werden können. Eigentlich findet auf jeder Verwertungsstufe eine Schädigung statt (s. Abb. 6). Im Kino bleiben die Kinobesucher aus und führen nicht nur zu weniger Umsatzerlösen der Kinobetreiber, sondern auch zu Umsatzeinbußen bei Verleih- und Produktionsfirmen. Seitdem es ein Überangebot an illegalen Filmen im Netz gibt, sind die Verleihvorgänge von Videotheken zurückgegangen.<sup>76</sup>

Außerdem spielt auch der zurückgehende DVD Abverkauf eine größere Rolle, indem auch hier, wie bei dem Abverkauf von Kinotickets, der Verleiher Einbußen ertragen muss. Denn alles, was für den Home Entertainment Bereich hergestellt wird, seien es Fernsehserien, Filme auf DVD und Blu-Rays, VHS Kassetten oder Filmboxen, liegt durch einen Lizenzerwerb bei einem Verleiher, wie z.B. *20th Century Fox* oder *Universal*. Aber nicht nur der Verleiher auch die Elektromärkte wie z.B. *Media Markt* oder *Saturn*, haben durch Videopiraterie wirtschaftliche Einbußen. Laut einer Studie bei Statista sind diese Veränderungen allerdings nicht sehr signifikant. Im Gegenteil - vom Jahr 2002 bis zum Jahr 2004 gab es fast eine 50%-ige Steigerung bei den DVD-Abverkäufen.<sup>77</sup>

Man kann also sagen, dass es am Schlimmsten immer den jeweiligen Verleiher trifft, denn durch Einbußen an den Kinokassen und Verluste beim käuflichen Erwerb von Home Entertainment Artikeln ist der Verleiher auf jeder Verwertungsstufe negativ betroffen.

Neben den ganzen beteiligten Unternehmen gibt es den Endkonsumenten, der im Endeffekt der Leidtragende ist. Durch immer steigende Ticketpreise an den Kinokassen sind es letztendlich alle, die für die illegale Videopiraterie draufzahlen müssen. So lag z.B. im Jahr 2005 der durchschnittliche Ticketpreis im Kino bei 5,85€, während im Jahr 2012 mittlerweile schon 7,65€ vom Kinobesucher verlangt werden. Und das obwohl schon

---

<sup>75</sup> Vgl. Kreuzer 2010, S. 83 f.

<sup>76</sup> Vgl. Abschnitt 2.4.1

<sup>77</sup> Vgl. Statista (Hrsg.) 2014, 18.01.2014

im Jahr 2000 eine durchgeführte Umfrage durch die GfK zeigte, dass 68% der Befragten bei niedrigeren Ticketpreisen öfter ins Kino gehen würden.<sup>78</sup>

Das Problem allerdings ist doch, dass die richtige Schadenshöhe gar nicht genau erhoben werden kann. Es gibt repräsentative Studien, wie z.B. die Studie zur digitalen Content Nutzung (DCN) 2012 der GfK, die feststellen, dass 21,9 Millionen Personen Medieninhalte online nutzen und davon nur 7,2 Millionen Menschen ausschließlich auf legale Angebote im Netz zugreifen.<sup>79</sup> Es gibt auch jedes Jahr neue Messungen über den Umsatzausfall innerhalb der Filmindustrie, jedoch kann keine dieser Untersuchungen wirklich valide Zahlen liefern.<sup>80</sup> Denn Fakt ist, das niemand 100%-ig sagen kann, wie viele Zuschauer ein Film erreicht. Es gibt Schätzungen und Eingrenzungen, anhand dessen ein bestimmtes Budget festgelegt wird, aber ob ein Film seine Zielgruppe findet, diese Tatsache kann nicht sicher erhoben werden. Abgesehen davon ist es unsicher, ob jemand der Filme illegal im Internet konsumiert, ebenso ein potentieller Kinogast gewesen wäre.<sup>81</sup> Hierzu meint Wijk:

„It is unlikely that each illegal copy displaces a sale at the market price. Many people who download a free copy, or buy at a pirate price, would not buy the same product at a legal market price.“<sup>82</sup>

---

<sup>78</sup> Vgl. Köhler 2006, S.43

<sup>79</sup> Vgl. GfK (Hrsg.) DCN Studie 2012, 13.12.2013

<sup>80</sup> Vgl. Dördrechter 2006, S.68

<sup>81</sup> Vgl. Köhler 2006, S. 55;

<sup>82</sup> Wijk 2002, S. 689 nach Dördrechter 2006, S.65

## 4 Das Unternehmen Cinemaxx

Im folgenden Beispiel gehe ich auf die Kinokette Cinemaxx ein und analysiere, ob Videopiraterie dem Unternehmen in den letzten Jahren wirklich geschadet hat.

### 4.1 Vorstellung des Unternehmens

Die Cinemaxx Cinetainment GmbH & Co KG (folgend kurz Cinemaxx genannt) ist eine Aktiengesellschaft (AG), welche ihren zentralen Verwaltungssitz in Hamburg hat. Mit 30 Multiplexkinos in Deutschland und drei weiteren Häusern in Dänemark<sup>83</sup> gehört diese Kinokette zu den Marktführern in Deutschland. Die Aufgabenbereiche dieses Unternehmens sind nach eigenen Worten:

„... der Betrieb und die Bewirtschaftung von Filmtheatern einschließlich aller dazugehörigen betrieblichen Einrichtungen und Vorrichtungen und die Vornahme aller geschäftlichen Handlungen sowie die Erbringung aller Dienstleistungen, die hiermit in Zusammenhang stehen.“<sup>84</sup>

Das Unternehmen Cinemaxx bewirtschaftet seit 1977 Filmtheater in Deutschland, gleichzeitig war und ist das Unternehmen stets ein Vorreiter was das Thema Innovation und Weiterentwicklung angeht. So hat das Unternehmen eigene „Untermarken“ entwickelt, mit denen die technischen Besonderheiten beworben werden. Dazu gehören Maximum Sound, Maximum HFR<sup>85</sup> und Maximum 3D. Neben klimatisierten Kinosälen und architektonischen Besonderheiten in der Kinolandschaft von Deutschland kommt mittlerweile hinzu, dass seit 2013 alle Kinosäle des Cinemaxx voll digitalisiert sind. Das heißt, die Filme werden nicht mehr über 35mm Kopien abgespielt, sondern digital von einer Festplatte (DCP).<sup>86</sup>

Das Cinemaxx bemüht sich stets mit der Zeit zu gehen. Im Zeitalter des Internets ist es also selbstverständlich, dass das Cinemaxx nicht nur in Social Networks vertreten ist, es gibt sogar eine eigene App mit Filmremin-

---

<sup>83</sup> Vgl. Cinemaxx AG (Hrsg.) o.J., Unternehmensprofil und Fakten, 21.11.2013

<sup>84</sup> Cinemaxx AG (Hrsg.) Geschäftsbericht 2012, S.12

<sup>85</sup> HFR steht für High Frame Rate und bezeichnet die Filmproduktion von P. Jackson, bei der nun 48 Bilder pro Sekunde anstelle von 24 Bildern pro Sekunde gezeigt werden. Erstmals wurde diese Technik beim Dreh von „Der kleine Hobbit“ angewandt.; Vgl. o.V. o.J., Website zum Film der Hobbit, 9.12.13

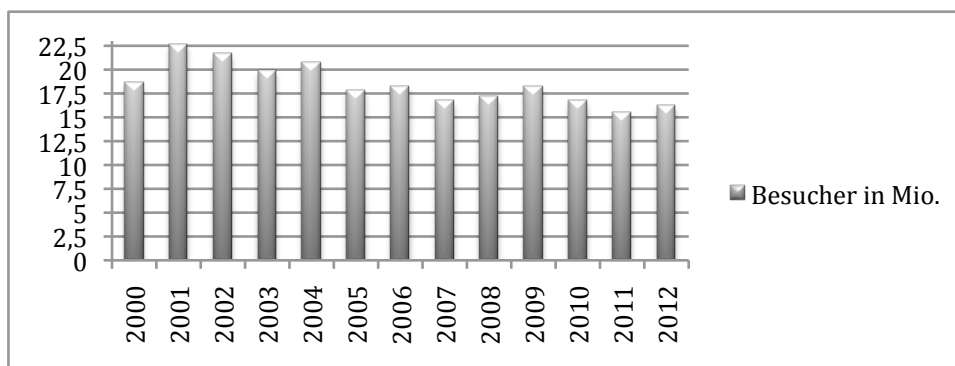
<sup>86</sup> Vgl. Cinemaxx AG (Hrsg.) o.J., Unternehmensprofil und Fakten, 21.11.2013

der und Postererkennung, bei der automatisch eine Verlinkung zum jeweiligen Trailer stattfindet und obwohl der Kauf von Online-Tickets schon seit Jahren etabliert ist, soll demnächst auch das E-Ticketing eingeführt werden. Denn wie kann es sein, dass man mit einem E-Ticket um die ganze Welt fliegen, jedoch nicht einen zweistündigen Film im Kino angucken kann?

## 4.2 Das Cinemaxx in Zahlen

Wenn bereits Schwankungen in den Zahlen einer Grafik innerhalb eines Landes vorliegen, dann auch innerhalb eines Unternehmens. Es werden im Folgenden die letzten Jahre in Zahlen dargestellt, um anschließend zu schauen, ob Rückschlüsse auf das Problem Videopiraterie zu ziehen sind.

Betrachtet man die Entwicklung der Besucherströme in den Cinemaxx Häusern, dann stellt man fest, dass auch hier 2001 ein bisheriges Rekordjahr war, ebenso wie bei den deutschlandweiten Kinobesuchern und auch auf die Kinobesuche pro Einwohner gesehen. Im Allgemeinen lässt sich festhalten, dass seit 2001 bis heute auch hier ein Rückgang an Kinobesuchern zu verzeichnen ist. (Vgl. Abb.4)



Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung der jeweiligen Cinemaxx Geschäftsberichte

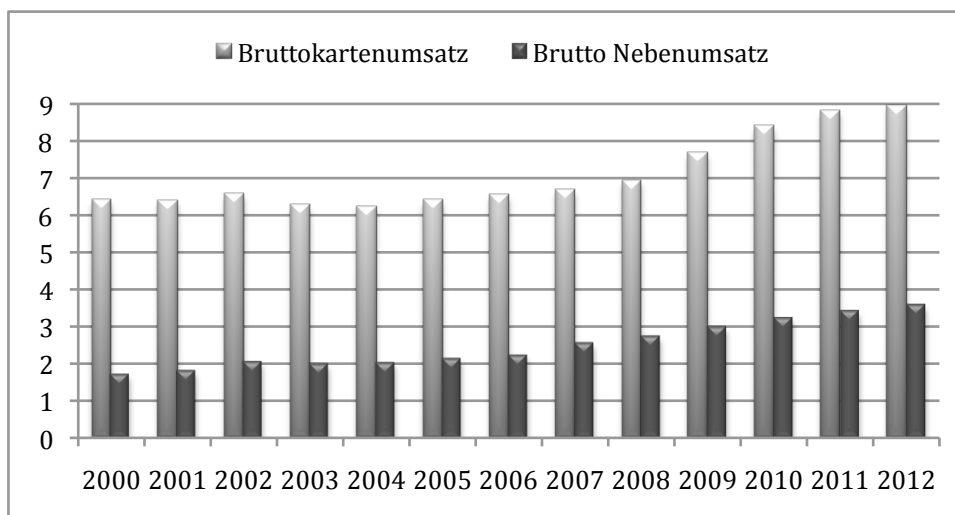
Abbildung 9: Besucherentwicklung im Unternehmen Cinemaxx

Bei der Entwicklung des Brutto Bon- und Ticketpreises verhält es sich etwas anders. Seit 2005 ist ein stetiger Zuwachs in der durchschnittlichen Ticket- und Bonpreisentwicklung zu verzeichnen. Im Jahr 2000 hat man noch 6,42€ bezahlt, während wir mittlerweile bei 8,94€ liegen.

Diese Entwicklung ist auf Preiserhöhungen im Ticketsegment und auch auf Erhöhungen bei den Gastronomieprodukten zurückzuführen. Jedoch

wird man bei den Preiserhöhungen irgendwann an eine Grenze stoßen, an der die Gäste den Preis nicht mehr zahlen wollen oder auch können<sup>87</sup>. Aufgrund dessen wird sich die Anzahl der Kinobesucher verringern.

Die Preiserhöhung ist allerdings auch ein Phänomen, dem gerne die Videopiraterie zugrunde gelegt wird, denn wenn nun die Kinobesucher ausbleiben, sind die Betreiber unter Umständen dazu gezwungen, mit Preiserhöhungen darauf zu reagieren, um so trotz weniger Kinobesucher gleiche Umsatzerlöse zu verbuchen. Letztendlich darf nicht vergessen werden, muss ein Unternehmen positiv wirtschaften, um weiterhin bestehen zu können.



Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung der jeweiligen Cinemaxx Geschäftsberichte

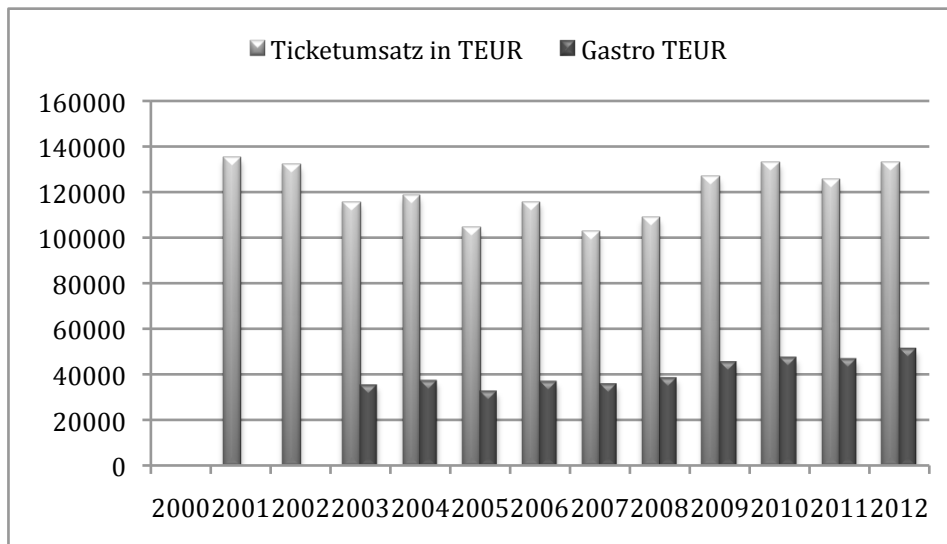
Abbildung 10: Bruttoticket- und Bonpreisentwicklung

Kommen wir nun zu den Entwicklungen der Umsätze im Ticket- und Gastronomie-segment. Auch in diesem Bereich ist 2001 ein besonders herausstechendes Jahr. Wie in den anderen Bereichen auch, ist dies das Jahr mit den höchsten Ticketumsätzen. Danach ging es in Stufen bergab. Auch hier zeigt sich, wie bei der Anzahl der Ticketverkäufe mit der Einführung der 3D-Filme, das plötzlich wieder eine Steigerung bei den Ticketumsätzen einhergeht. Dies ist jedoch nicht nur auf den Mehrverkauf zurückzuführen, sondern auf die erhöhten Ticketpreise.

Die Gastronomieumsätze hingegen sind zwischen 2003 und 2008 (Zahlen der Jahre davor liegen leider nicht vor) fast gleichbleibend. Ab dem

<sup>87</sup> Vgl. Loke 2013, 10.01.2014

Jahr 2009 ist etwas Zuwachs zu verbuchen, der seitdem nicht nur gehalten werden kann, sondern sogar stets etwas gesteigert wird.



Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung der jeweiligen Cinemaxx Geschäftsberichte

Abbildung 11: Ticket- und Gastronomieumsatzentwicklung

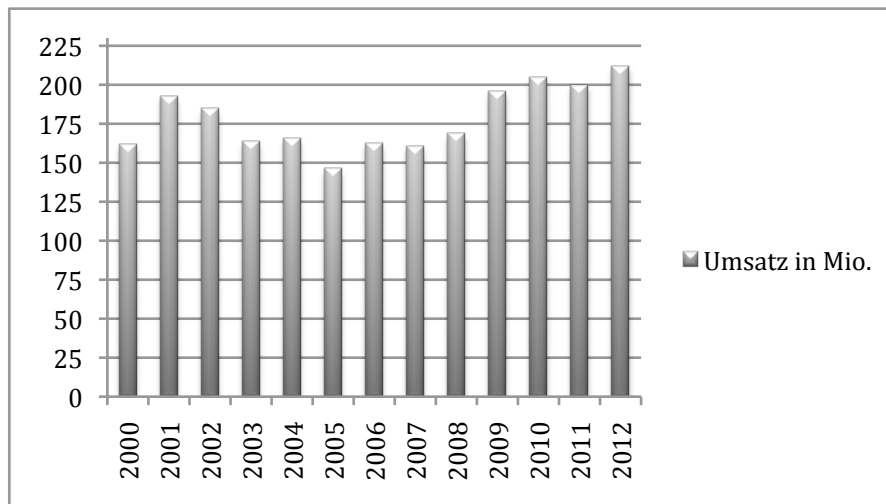
Im Gegensatz zu den Besucherzahlen ist bei der Umsatzentwicklung nicht das Jahr 2001, sondern das Jahr 2012 ein Rekordjahr. Mit 212 Millionen Euro Umsatz konnte man das Vorjahr 2011 um ganze 6% steigern. Seit 2007 ist eine stetige Steigerung der Umsatzentwicklung festzustellen und im Jahr 2009 hat diese noch einmal einen erheblichen Sprung gemacht.

Aufgrund der erhöhten Ticketpreise für 3D-Filme lässt sich dieser auffällige Sprung erklären. Mag man dem Unternehmenschef Christian Gisy Glauben schenken, dann hängt dieses Rekordjahr allerdings nicht mit der Preispolitik zusammen, die in den letzten Jahren stets angehoben wurde, sondern nur mit der Filmversorgung.<sup>88</sup> Fakt ist allerdings, dass seit dem Jahr 2004 die Ticketpreise kontinuierlich angehoben wurden (s. Abb. 10) und „dadurch – laut Expertenmeinung – versucht wird, die fallenden Besucherzahlen unter anderem mit leicht angehobenen Kinoeintrittspreisen zu kompensieren.“<sup>89</sup> Und eine Kompensierung hat stattgefunden. Obwohl im Vergleich zu 2001 im Jahr 2012 6,4 Millionen Besucher weniger den Weg in ein Cinemaxx Kino gefunden haben, hat das Unternehmen 20 Millionen

<sup>88</sup> Vgl. Loke 2013, 10.01.2014

<sup>89</sup> Kreuzer 2010, S. 16

Euro mehr Umsatz erwirtschaftet. Dieses Plus lässt sich also nur auf die Preispolitik zurückführen.



Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung der jeweiligen Cinemaxx Geschäftsberichte

Abbildung 12: Umsatzentwicklung des Cinemaxx

### 4.3 Analyse der Zahlen

„Der Kinomarkt lässt sich – auch von uns – nicht vollständig erklären.“<sup>90</sup> Diese Aussage trifft es genau, denn obwohl man von Jahr zu Jahr die Fehler im eigenen Unternehmen verbessern und beseitigen kann, hat Deutschland es bisher seit den 50er-Jahren nicht mehr geschafft, die 200 Mio. Kinobesuchergrenze zu überschreiten, geschweige denn einen stabilen hohen Besucherwert der Kinogänge im Jahr pro Besucher zu erzielen. Im europäischen Vergleich führt Deutschland bei weitem nicht die Spitze an (s. Abschnitt 2.2). Des Weiteren gibt es bei der Führung von Filmtheatern mehr zu beachten als nur die Filmauswahl. Ein Unternehmen hat stets laufende Kosten durch Mitarbeiter und Mieten. Es muss also auch hier darauf geachtet werden, dass sich ggf. von Häusern getrennt wird, die keine schwarzen Zahlen schreiben.

Obwohl jedes Unternehmen an sich arbeitet, sind die Ursachen, die zu einer negativen Entwicklung der Kinobranche und somit auch zu geringeren Kinobesuchern führen seit Jahren dieselben:

<sup>90</sup> Cinemaxx AG (Hrsg.) Geschäftsbericht 2007, S.11



1. die Abhängigkeit zur Filmversorgung,
2. die Wetterabhängigkeit.
3. das Konsumverhalten in Abhängigkeit zur wirtschaftlichen Entwicklung,
4. „Heimkino-Boom“, DVDs und Blu-Rays sowie das technische Ausrüsten der Haushalte,
5. Großveranstaltungen,
6. die Internet-Piraterie.<sup>91</sup>

Die Kinobranche befindet sich demnach in einem Abhängigkeitsverhältnis, welchem nur bedingt ausgewichen werden kann<sup>92</sup> und muss sich mit Problemen konfrontiert sehen, die ein Unternehmen nicht beeinflussen kann.

#### **4.3.1 Die Abhängigkeit zur Filmversorgung**

Natürlich machen die Kinoketten nicht selber die Filme, sondern die Produktionsfirmen. Die Verleiher sind dann diejenigen, die mit den Kinoketten in Verhandlung treten, um angemessene Filmmieten<sup>93</sup> und Verträge auszuhandeln, damit es zu einer Abnahme der jeweiligen Filme kommt. Und auch die Verleiher sind es, die dafür Sorge tragen, dass die Filme in einer angemessenen und entzerrten Filmstartwoche platziert werden, bei der besonders große Konkurrenzfilme beachtet werden müssen.<sup>94</sup>

Hier ein Beispiel: *Der Hobbit* Teil 2 kam Anfang Dezember 2013 in die Kinos und da der erste Teil, mit rund 4,5 Millionen Besuchern<sup>95</sup>, ein voller Erfolg war und auch der zweite Film nicht nur in 2D, sondern auch in 3D und 3D HFR gezeigt wurde, muss alleine dieser Film mehrere Säle besetzen. In der Startwoche war es am Cinemaxx Dammtor in Hamburg so, dass der Film fast stündlich gezeigt wurde, damit auch alle Formate an den Gast gebracht werden konnten. Bei acht Kinosälen sind quasi in der ersten Spielwoche vier Säle dauerhaft mit dem *Hobbit* besetzt (s. Abb. 13).

Ein guter Film, der von den Verleihern abgeliefert wird. Durch Absprachen und Verträge passiert es jedoch, dass andere Filme nicht die Möglichkeit erhalten sich während dieser Zeit zu behaupten. Es müsste ein sehr hohes Marketingbudget in die Hand genommen werden, um gegen den *Hobbit* anzukommen. Des Weiteren haben die Kinos teilweise gar nicht die

---

<sup>91</sup> Vgl. Cinemaxx AG (Hrsg.) Geschäftsbericht 2004, S.6

<sup>92</sup> Vgl. Cinemaxx AG (Hrsg.) Geschäftsbericht 2007, S.10

<sup>93</sup> Vgl. Cinemaxx AG (Hrsg.) Geschäftsbericht 2006, S.18

<sup>94</sup> Vgl. Cinemaxx AG (Hrsg.) Geschäftsbericht 1999/ 2000, S.28

<sup>95</sup> Vgl. FFA (Hrsg.) o.J., Filmhitlisten, 22.11.13

Kapazität, noch andere Filme außer die Kassenschlager anzubieten.<sup>96</sup> Und falls ein Film doch den Weg ins Kino findet sind letztendlich die Besucherzahlen ausschlaggebend. Sobald die Besuchererwartungen nicht erfüllt werden, ist die Wahrscheinlichkeit groß, dass der Film bereits von nachkommenden Filmen aus dem Kino verdrängt wird - und das oftmals schon nach nur zwei Wochen Laufzeit.<sup>97</sup>

Somit kriegen gar nicht alle Filme die Chance sich überhaupt im Kino zu beweisen bzw. wird den Konsumenten die Möglichkeit genommen, den Film legal im Kino zu schauen. Denn entweder die Vorstellungszeiten sind unpassend, der Film hält sich nur ein bis zwei Wochen oder aber ein Film startet gar nicht erst in dem Kino in seiner Nähe. Ist dies vielleicht also ein Grund Videopiraterie zu rechtfertigen, wenn doch auf legalem Wege einem die Möglichkeit nicht mehr geboten wird?

Neben der alleinigen Filmauswahl sind es auch die Verleiher, die in der Position sind, einen Film durch Budgetaufwendungen und Marketingmaßnahmen an den Mann zu bringen. Leider ist es jedoch immer öfter der Fall, dass nur wirklich große und aufwendige Produktionen ein hohes Marketingbudget erhalten und kleine Produktionen somit zum Flop an den Kinokassen werden.<sup>98</sup> Kleine bis mittlere Produktionen können es somit eigentlich nur durch Mundpropaganda zum Kassenschlager schaffen.

Ein weiterer wichtiger Aspekt bei der Filmversorgung ist der Anteil von deutschen Produktionen. Zum Beispiel lag im Jahr 2006 der Marktanteil von deutschen Produktionen bei 25% und es haben insgesamt 136,7 Millionen Menschen ihren Weg ins Kino gefunden. 2007 hingegen lag der Anteil von deutschen Produktionen nur bei 19% und in dem Jahr gab es auch nur 125,6 Millionen Besucher. Demnach können deutsche Produktionen das Zünglein an der Waage sein und über ein gutes oder ein erfolgreiches Kinojahr entscheiden.<sup>99</sup>


---

<sup>96</sup> Vgl. Kreuzer 2010, S.30

<sup>97</sup> Vgl. Teichmann 2008, S.22 nach Kreuzer 2010, S. 30

<sup>98</sup> Vgl. Cinemaxx AG (Hrsg.) Geschäftsbericht 2004, S.7

<sup>99</sup> Vgl. Cinemaxx AG (Hrsg.) Geschäftsbericht 2007, S.6 f.

FILM DER WOCHE <b>DER HOBBIT: SMAUGS EINÖDE</b>							
 <b>START 12.12.2013</b> FANTASY   161 MINUTEN   THE HOBBIT: THE DESOLATION OF SMAUG   USA 2013   WARNER							
Der Filmemacher Peter Jackson präsentiert "Der Hobbit: Smaugs Einöde", den zweiten Film der dreiteiligen Kinofassung des nach wie vor sehr populären Meisterwerks "Der Hobbit" von J.R.R. Tolkien.							
KINO	HEUTE 11.12.13	DO 12.12.13	FR 13.12.13	SA 14.12.13	SO 15.12.13	MO 16.12.13	DI 17.12.13
<b>DER HOBBIT 2: SMAUGS EINÖDE - INKL. PAUSE</b>							
5		15:00					
8		15:00	15:00	15:00	15:00	15:00	15:00
		19:00	19:00	19:00	19:00	19:00	19:00
<b>VORPREMIERE 3D HFR DER HOBBIT 2: SMAUGS EINÖDE - MAXXIMUM 3D</b>							
3		00:01					
<b>DER HOBBIT 2: SMAUGS EINÖDE MAXXIMUM 3D</b>							
8		23:00	23:00	23:00	23:00	23:00	23:00
<b>DER HOBBIT 2: SMAUGS EINÖDE MAXXIMUM 3D - INKL. PAUSE</b>							
6			17:00	17:00		17:00	
			21:00	21:00		21:00	
7		17:00					17:00
							21:00
8			11:00	11:00			
<b>ORIGINAL VERSION 3D DER HOBBIT 2: SMAUGS EINÖDE MAXXIMUM 3D - OV</b>							
6					17:00		
					21:00		
7		21:00					
<b>3D HFR DER HOBBIT 2: SMAUGS EINÖDE MAXXIMUM 3D HFR INKL. PAUSE</b>							
1		16:00	16:00	16:00	16:00	16:00	
		20:00	20:00	20:00	20:00	20:00	
3			14:00	14:00	14:00	14:00	14:00
			18:00	18:00	18:00	18:00	
			22:00	22:00	22:00	22:00	
6							16:00
							20:00

Quelle: Screenshot der Cinemaxx Homepage – Kino HH Dammtor vom 11.12.2013

Abbildung 13: Spielplan der 1. Woche von *Der Hobbit 2*

#### 4.3.2 Die Wetterabhängigkeit und Großveranstaltungen

Obwohl die Säle allesamt klimatisiert sind, zieht es besonders den Deutschen bei gutem Wetter in die Sonne und ins Freie. Somit bleiben die Kinosäle leer und das obwohl versucht wird, das sogenannte Sommerloch durch day-and-date-releases zu füllen.<sup>100</sup> Ein day-and-date-release meint,

<sup>100</sup> Vgl. Cinemaxx AG (Hrsg.) Geschäftsbericht 2004, S.8

dass es keine terminelle Startverzögerung in den jeweiligen Ländern gibt, stattdessen startet ein Film z.B. am 11.07. in den USA und auch gleichzeitig in Deutschland.

Ebenso wie das Wetter sorgen auch Großveranstaltungen wie eine Fußball-WM oder EM dafür, dass die Kinogänger zu Hause bleiben.<sup>101</sup> Gut zu sehen ist diese Entwicklung an den Besucherrückgängen in dem Jahr 2010, wo die Fußball WM ausschlaggebend war (s. Abb. 4 und 9).

#### **4.3.3 Das Konsumverhalten**

Befindet sich die deutsche Wirtschaft in der Phase der Rezession spricht jeder über die drohende Arbeitslosigkeit und die Debatte über eine Sparwelle ist in aller Munde. Die Menschen entwickeln Existenzängste und fangen an Einsparungen vorzunehmen. Diese Einsparungen treffen meist das Freizeitverhalten, denn Essen muss jeder, ein Kinobesuch hingegen kann ersetzbar sein. Konjunkturelle Schwankungen sind demnach an allen Märkten zu spüren und sorgen meist für eine Kaufzurückhaltung.<sup>102</sup> Besonders zu merken war diese Kaufzurückhaltung im Jahr 2003 (s. Abb. 11). In diesem Jahr ging erstmals seit 1993 das Bruttoinlandsprodukt (BIP) real zurück<sup>103</sup>. Das BIP gibt

„Auskunft über die Produktion von Waren und Dienstleistungen im Inland nach Abzug der Vorleistungen und Importe, dient es als Produktionsmaß und damit als Indikator für die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit einer Volkswirtschaft“.<sup>104</sup>

#### **4.3.4 Heimkino Boom**

Die technischen Fortschritte von VHS zu DVD und Blu-Ray sind Entwicklungen, die den Kinomarkt bedrohen. Hinzu kommen die immer größer werdenden Flachbildschirme für zu Hause, Beamer mit Leinwänden und ganze Soundsysteme, die dem Kunden zu immer günstigeren Preisen schmackhaft gemacht werden. Man muss sich die DVDs und Blu-Rays nicht mehr kaufen bzw. in eine Videothek gehen, das Ganze geht heutzutage ganz bequem von zu Hause ohne auch nur einen Schritt vor die Tür zu setzen - online. Es gibt immer mehr VoD Systeme wie *Maxdome*, *Wat-*

<sup>101</sup> Vgl. Cinemaxx AG (Hrsg.) Geschäftsbericht 2010, S.16

<sup>102</sup> Vgl. Cinemaxx AG (Hrsg.) Geschäftsbericht 2003, S.6; Geschäftsbericht 2004, S.6

<sup>103</sup> Vgl. o.V. 2004, 2003 schrumpfte die deutsche Wirtschaft, 18.01.2014

<sup>104</sup> Horvath/ von Weizsäcker o.J., 18.01.2014

*chever* etc., die es dem Kunden ermöglichen, Filme aus einer Riesenauswahl abzurufen. VoD steht für Video on Demand und meint ein Programmkonzept, bei dem der Nutzer nach freiem Belieben Inhalt und Zeitpunkt seiner Nutzung bestimmen kann.<sup>105</sup>

Obwohl klar ist, dass all diese technischen Weiterentwicklungen definitiv nicht mit der Technik eines modernen Multiplex-Kinos mithalten können, stellen diese dennoch eine Konkurrenz dar, bei der man den Kunden in den Kopf rufen muss, das Kino mehr als Filme gucken ist, es ist ein Event.<sup>106</sup>

#### **4.3.5 Internet-Piraterie**

Die Internet-Piraterie ist seit 1999 und der Erfindung von *Napster* ein Problem, das die gesamte Filmwirtschaft betrifft (s. Abschnitt 3.2). Dieses Thema wurde bisher nicht von einer Kinokette alleine bekämpft, sondern als Gemeinschaft. Gemeinsam kämpft die Filmwirtschaft gegen zwei unterschiedliche Gruppen. Zum einen gegen den Ottonormalverbraucher, der es womöglich cool findet, schon vorab Filme illegal im Netz zu gucken und zum anderen gegen ganze Videopiraterie-Ringe, die mit dem Produzieren und Vertreiben von Raubkopien eine Menge an Geld verdienen.

Der Schaden, der durch Videopiraterie angerichtet wird, geht vermutlich in die Milliarden<sup>107</sup>, wobei es hier keine genauen Zahlen gibt.

---

<sup>105</sup> Vgl. Lackes/ Siepermann o.J., Definition Video on Demand, 12.12.13

<sup>106</sup> Vgl. Cinemaxx AG (Hrsg.) Geschäftsbericht 2003, S.7; Geschäftsbericht 2004, S.7

<sup>107</sup> Vgl. Cinemaxx AG (Hrsg.) Geschäftsbericht 2003, S.6

## 5 Maßnahmen und Versuche gegen Videopiraterie

### 5.1 Allgemeine Maßnahmen

Gemeinsam wird den Filmpiraten und Raubkopierern der Kampf angesagt. Die GVG ist dabei eine sehr große Hilfe. Durch sie werden zahlreiche Verfahren verfolgt und auch erfolgreich abgeschlossen. Es werden Werbekampagnen inszeniert, die den Schutz eines Werkes oder aber den Wert eines Originals hervorheben und den Raubkopierern ins Gedächtnis rufen, dass ihre Taten illegal sind und sogar mit Freiheitsentzug geahndet werden können.

**Raubkopierer:**

<p>NAME: Gerald Schumann ALTER: 36 Jahre GRÖßE: 1,80 Meter HAARFARBE: blond AUßEREN MERKE: blond TATBESTAND: wird gesucht wegen Raubkopieren urheberrechtlich geschützter Werke.</p>	<p>NAME: Eberhard Keller ALTER: 36 Jahre GRÖßE: 1,70 Meter HAARFARBE: natürliches blond AUßEREN MERKE: blond TATBESTAND: wird gesucht wegen Raubkopieren urheberrechtlich geschützter Werke.</p>	<p>NAME: Nikolo Schäfer ALTER: 36 Jahre GRÖßE: 1,70 Meter HAARFARBE: dunkelblond AUßEREN MERKE: blond TATBESTAND: wird gesucht wegen Raubkopieren urheberrechtlich geschützter Werke.</p>
<p>NAME: Frank Peters ALTER: 37 Jahre GRÖßE: 1,70 Meter HAARFARBE: blond AUßEREN MERKE: blond TATBESTAND: wird gesucht wegen Raubkopieren urheberrechtlich geschützter Werke.</p>	<p>NAME: Waltraud Friedrich ALTER: 36 Jahre GRÖßE: 1,60 Meter HAARFARBE: blond AUßEREN MERKE: blond TATBESTAND: wird gesucht wegen Raubkopieren urheberrechtlich geschützter Werke.</p>	<p>NAME: Bernd Spitz ALTER: 36 Jahre GRÖßE: 1,70 Meter HAARFARBE: blond AUßEREN MERKE: blond TATBESTAND: wird gesucht wegen Raubkopieren urheberrechtlich geschützter Werke.</p>

**HART ABER GERECHT:**  
Raubkopierer werden seit dem 13.09.03 mit Freiheitsentzug bis zu 5 Jahren bestraft.

**RAUBKOPIERER UND VERBRECHER**  
Eine Initiative zum Schutz des Originals.  
www.hartabergerecht.de

Quelle: Screenshot der Stern Homepage

Abbildung 14: Beispiel der Anti-Raubkopie-Kampagne von 2003



Quelle: Screenshot der Stern Homepage

Abbildung 15: Beispiel 2

Die Anti-Raubkopie-Kampagnen legen ihren Schwerpunkt auf Werbespots und Plakate. Man muss jedoch dazu sagen, dass davon gerade in den letzten Jahren immer weniger zu sehen war. Die oben aufgeführten Beispiele stammen aus einer Kampagne des Jahres 2003, die 700.000€ gekostet hat.<sup>108</sup> Diese Kampagnen waren sehr umstritten, wurden aber bewusst so provokativ in Szene gesetzt, da „Verständnis suchende Kampagnen in der Vergangenheit nichts bewirkt haben und immer nur ausgelacht worden“ sind.<sup>109</sup> Im Jahr 2008 gab es dann eine neue Kampagne, bei der mit Plakaten in Videotheken und Kinos auf sich aufmerksam gemacht werden sollte.

<sup>108</sup> Vgl. Schönert 2003, 04.01.2014

<sup>109</sup> ebd.



Quelle: Respect Copyright

Abbildung 16: Beispiel der Kampagne aus dem Jahr 2008

Es wurde ebenso eine Bildungsinitiative im Jahr 2005 von Respect Copyrights ins Leben gerufen, um schon den nachkommenden Nutzern ein Rechtsbewusstsein zu verdeutlichen. Aktuelle Werbekampagnen gibt es leider nicht. Selbst die Warntafeln, die früher vor jedem Film gezeigt wurden, sind heutzutage immer seltener.<sup>110</sup> Lässt das Fehlen von medialen Großkampagnen darauf schließen, dass Videopiraterie ein nicht mehr so brisantes Thema ist?

Ein anderer Versuch, der Filmpiraterie den Kampf anzusagen, wurde gestartet, indem der „day-and-date-release“ eingeführt wurde. Das heißt, dass teure Blockbuster nun weltweit am selben Tag starten. Dadurch kann

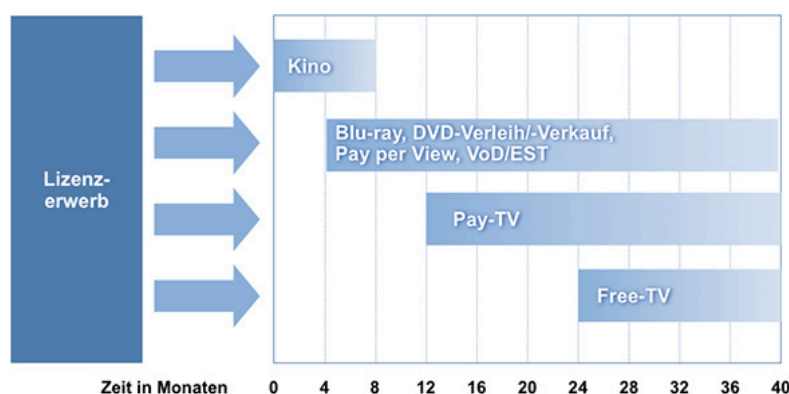
<sup>110</sup> Als regelmäßige und passionierte Kinogängerin fällt einem so etwas auf.



einerseits versucht werden, das Sommerloch in den deutschen Kinos zu füllen und andererseits können die Raubkopien nicht mehr vor dem deutschen Kinostart angeboten werden, da die Filme gleichzeitig in die Kinos kommen.<sup>111</sup>

Des Weiteren wurden digitale Wasserzeichen auf den Kopien hinterlegt. Anhand dieser kann später verfolgt werden, woher die Kopie stammt, also in welchem Filmtheater eine Raubkopie vorgenommen wurde. Ob und inwiefern dies eine Lösung darstellt, ist fraglich, denn wie bereits erwähnt, kann durch diese Methode nur der Tatort bestimmt werden, nicht aber der Täter. Man kann das jeweilige Filmtheater demnach nur verwarnen besser Acht zu geben, aber mehr dann fürs Erste leider auch nicht.<sup>112</sup>

Um der Videopiraterie entgegenzuwirken, will die EU-Kommission in Brüssel ein neues Pilotprojekt an den Start bringen – simultane Veröffentlichungen. Simultane Veröffentlichungen sollen die bisherige Wertschöpfungskette dahingehend verändern, dass die einzelnen Veröffentlichungsphasen nicht mehr zeitversetzt (wie in Abb. 17), sondern gleichzeitig stattfinden. Man würde also den Kinostart, DVD/ Blu-Ray, VoD und gegebenenfalls auch den TV-Start parallel ablaufen lassen. Es würde demnach einen neuen Kinofilm nicht nur ab morgen im Kino geben, sondern man könnte ihn auch legal im Einzelhandel kaufen oder sich im Internet angucken ohne erst bis zu vier Monaten warten zu müssen.



Quelle: Screenshot der Splendid Medien AG Homepage

Abbildung 17: Beispiel einer derzeitigen Wertschöpfungskette der Splendid Medien AG

<sup>111</sup> Vgl. Cinemaxx AG (Hrsg.) Geschäftsbericht 2003, S. 9

<sup>112</sup> Vgl. Cinemaxx AG (Hrsg.) Geschäftsbericht 2006, S.18; Eigene Kenntnisse durch ein sechsmonatiges Praktikum bei der Verleihfirma 20th Century Fox.

Bei diesem geplanten Pilotprojekt, an dem sich die Länder Deutschland, Frankreich, Großbritannien und andere europäische Großstaaten beteiligen sollen, geht es in erster Linie um Arthouse Filme.<sup>113</sup>

Dies wäre also eine Möglichkeit um der Masse an neuen Filmstarts entgegenzuwirken. Wenn jetzt also eine kleine Produktion, die sich nur zwei Wochen im Kino hielt, auch gleichzeitig auf DVD, im TV oder per VoD zur Verfügung stehen würde, dann müsste man nicht auf illegale Videopiraterie zurückgreifen. Stattdessen könnte mit dem Geld, was man auch bereit gewesen wäre im Kino auszugeben, der Film auf legale Art und Weise konsumiert werden. Das Schaffen von legalen Angeboten im Netz sollte also die Lösung sein, denn wie man anhand von *kino.to* gesehen hat, nützt es nichts, all diese Portale zu schließen, da sofort neue in den Vordergrund treten<sup>114</sup>. Der Trend zu immer mehr Plattformen mit VoD-Angeboten wie *Watchever* und *Maxdome* unterstützt diese These.

Von dem Versuch der simultanen Veröffentlichungen würden allerdings nur die Produktionsfirmen und Verleiher profitieren. Für die Kinos als Unternehmen besteht so das Risiko, dass immer mehr Menschen dem Kino fern bleiben, da sie ab sofort die Möglichkeit haben, den Film auch gleich auf DVD zu kaufen, um so den Film daheim genießen zu können, anstatt ins Kino zu gehen. Sollte die bisherige bestehende Verwertungskette Film also tatsächlich dahingehend verändert werden, Filme auf allen Verwertungsstufen parallel starten zu lassen, dann könnte dies in einigen Märkten ein guter Versuch sein, das Massenphänomen Videopiraterie in den Griff zu bekommen. Für Kinobetreiber würde dieses Vorhaben jedoch eine außerordentliche Bedrohung darstellen.<sup>115</sup>

Laut der Studie Available for Download (Vgl. Abschnitt 3.5) stammen 41% des Bildmaterials aus Pressevorführungen und demnach müssten nur alle Verleiher das nötige Budget aufbringen, um vorweg auch wirklich nur Vorführungen zu zeigen, die unter einem hohen Sicherheitsaufgebot stehen. Damit wäre ein Großteil der Quellen nichtig geworden.

---

<sup>113</sup> Vgl. Cinemaxx AG (Hrsg.) Geschäftsbericht 2012, S. 19

<sup>114</sup> Vgl. Link 2007, S. 27

<sup>115</sup> Vgl. Kreuzer 2010, S. 93; Vgl. Cinemaxx AG (Hrsg.) Geschäftsbericht 2012, S.19

## 5.2 Was hat das Unternehmen Cinemaxx bisher im Kampf gegen die Filmpiraterie unternommen?

In einem Interview der Berliner Zeitung hat der Cinemaxx Chef Herr Gisy auf die Frage was man gegen Raubkopien unternehmen kann, Folgendes geantwortet:

„Wir gar nichts. So selten ich nach Vater Staat rufe, hier kann nur etwas durch Regulierung getan werden. Denn eine Raubkopie ist nichts anderes als Diebstahl. Es ist ein krimineller Akt. Das den Leuten ins Bewusstsein zu rücken, hat man noch nicht geschafft.“<sup>116</sup>

Doch ganz tatenlos bleibt das Unternehmen nicht. Um die Unternehmungen des Cinemaxx richtig widerzuspiegeln, folgt nun ein Interview mit Morton Offner, dem stellvertretenden Theaterleiter des Cinemaxx Hamburg Dammtor<sup>117</sup>:

1) Würden Sie sagen, dass Video- / Filmpiraterie dem Unternehmen schadet und wenn ja woran machen Sie diese Aussage fest?

- „Ja! Statistische Erhebungen belegen, dass seit 2001 der Kinomarkt eingebrochen ist. In diesem Jahr startete die Piraterie.“

2) Guckt man sich die Besucherzahlen der letzten Jahre an, wirkt es als ob sich diese langsam erholen und wieder einpendeln. Würden sie dem zustimmen?

- „Dass sich die Zahlen einpendeln, können wir bestätigen. Von Erholung zu sprechen wäre jedoch falsch.“

3) Was hat das Cinemaxx bisher gegen Filmpiraterie unternommen, um diesem Thema Einhalt zu gebieten?

- „Wir haben Security, die in den Sälen schauen, dass keine Aufnahmen erfolgen und unsere Einlass-Mitarbeiter sind auch in Bezug auf diese Problematik geschult. Zudem unterstützen wir natürlich die GVV bei ihren Tätigkeiten im Kampf gegen Urheberrechtsverletzungen im Bereich Film - und Entertainmentsoftware. Eine weitere unterstützende Maßnahme sind die abschließbaren Garderoben, die wir in unsere Kinos haben einbauen lassen. So können wir die Mitnahme von Rucksäcken und Taschen in die Säle reduzieren, was immer ein Risiko birgt, da diese beliebte Verstecke für Kameras und Aufnahmegeräte sind. Nicht nur auf Cinemaxx bezogen kann man feststellen, dass die

---

<sup>116</sup> Loke 2013, 13.01.2014

<sup>117</sup> Offner, Morton: [morton.offner@cinemaxx.de](mailto:morton.offner@cinemaxx.de)

fortschreitende Digitalisierung der Kinobranche der Piraterie bereits etwas entgegenwirkt. Bei analogen Kopien, die u.a. per Transportunternehmen von A nach B befördert werden müssen, gibt es deutlich mehr Schwachstellen, die eine Raubkopie ermöglichen. Mit der fortschreitenden Digitalisierung, sowohl auf Verleihseite als auch auf Kino-Betreiberseite – so ist die gesamte Cinemaxx Kette bereits vollständig auf digitale Projektionstechnik umgestellt – sind hier „Lücken“ geschlossen worden. Mit einem Film, der auf einem sogenannten DCP (Digital Cinema Package) liegt, kann nur in Verbindung mit einem KDM-Schlüssel gearbeitet werden. Dies bedeutet, dass Content explizit einem spezifischen Projektor zugeordnet wird. Zudem wird das Abspiel bzw. die Freischaltung des Schlüssels zeitlich beschränkt. Jedoch muss man sagen, dass das Kernproblem der Piraterie in Deutschland weniger das Problem des Bildes ist, sondern der des Tons. Das Bewegtbild liegt oftmals schon auf illegalen Portalen vor, aber nicht als deutsche Fassung. Hier sind Filmpiraten dann dahinter her, den deutschen Ton zu beschaffen.“

4) Sind weitere Maßnahmen geplant?

- „Nein.“

### **5.3 Ausblick: Ideen und Lösungsansätze für das Unternehmen Cinemaxx**

Als alleiniges Unternehmen den Kampf gegen Videopiraterie zu betreiben ist schon ziemlich schwierig und auch wirklich nur notwendig, wenn man z.B. anhand des digitalen Wasserzeichens wüsste, dass viele Raubkopien in Cinemaxx Filmtheatern aufgenommen würden. Dann sollte das Unternehmen Wege finden und Schritte einleiten, die dies unterbinden bzw. die Anzahl an Raubkopien verringern würde. Würde ein Betrieb von Filmtheatern der Videopiraterie alleine den Kampf ansagen, dann würde davon zwar die gesamte Filmwirtschaft profitieren, aber auch die Konkurrenz.

Die Kinos könnten allerdings so etwas wie eine Garderobe bzw. Schließspinde einführen. Laut Morton Offner (Vgl. Abschnitt 5.2) wurden diese bereits etabliert, allerdings noch nicht an allen Standorten.

Grundsätzlich sollte das Unternehmen Cinemaxx sich zwar mit der Bekämpfung gegen Videopiraterie beschäftigen, aber eben nur in der Gemeinschaft. Wichtig ist vor allem, dass sich das Unternehmen Cinemaxx dafür stark macht, den Kinobesuch als solches beliebter und angenehmer

für die Gäste zu gestalten. Um es mit dem Cinemaxx Slogan zu sagen, es muss „Mehr als Kino“ geboten werden. Dies fängt bei Zielgruppenprogrammen an, geht über Sonderveranstaltungen und hört bei den Ticketpreisen auf. Es wird nicht umsonst versucht, ein Kinobesuch als Event zu verkaufen. Dies ist ein Grund, warum es immer mehr Luxus-Kinos geben wird, in denen für die erste Reihe mit Liegeplätzen ein Aufpreis verlangt wird.<sup>118</sup>

Das Cinemaxx versucht wirklich „Mehr als Kino“ zu bieten. Mit speziellen Zielgruppenprogrammen, wie der Ladies-Night und dem Männerabend, sind Programme entstanden, die von dem Publikum seit Jahren schon gut angenommen werden. Es werden Live-Konzerte übertragen, Serien-Specials ausgestrahlt und spezielle Filme des Extrem- und Abenteuersportes gezeigt. Es wurden also ganze Paletten an einem alternativen Content geschaffen. Das Cinemaxx bemüht sich also sehr, auf ganzer Linie zu begeistern, doch wird nicht alles gut vom Kunden angenommen.

Technisch gesehen ist das Cinemaxx auf jeden Fall sehr gut ausgestattet. Voll digitalisierte Säle, 4K Projektoren<sup>119</sup> und ein spezielles Soundsystem durch amerikanische Soundspezialisten.<sup>120</sup> Die Preise sind jedoch, wie viele Gäste empfinden, etwas unverschämt. Schauen sich bspw. zwei Personen am Wochenende den *Hobbit* in HFR an, dann müssen sie alleine für den Eintritt bereits 30€ zahlen und wenn sie telefonisch vorreserviert haben sind es schon 31,40€. Gönnst sich dann noch jeder Popcorn und Cola, ist das Portemonnaie schnell um 50€ erleichtert worden.

Rechnet man das Ganze jetzt auf einen Familienausflug hoch, dann kann einem schwindelig werden. Es gibt zwar spezielle Familienangebote, wie den Familientag, an dem alle Personen nur den Kinderpreis zahlen oder spezielle Filme für 3,50€ pro Ticket, die auch weitestgehend gut genutzt werden, aber sie sind eben beschränkt.

Als langjährige Kinomitarbeiterin im Unternehmen und in meiner Position als Teamleiterin für den Bereich Kasse erhalte ich Einblicke hinter die Kulissen. Ich kann sagen, dass der Service immer eine wichtige Rolle spielt. Nach Außen wird versucht alles schön aussehen zu lassen, aber nach Innen wird an den falschen Ecken gespart. Nämlich an den Personalkosten. Es hat sich gerade zum Ende des Jahres 2013 gebessert, aber

---

<sup>118</sup> Beispiel hierfür das Savoy in Hamburg

<sup>119</sup> 4K ermöglicht durch eine extrem hohe Bildauflösung von 4096 x 2160 Pixeln, eine sehr hohe Bildqualität

<sup>120</sup> Vgl. Cinemaxx AG (Hrsg.) Geschäftsbericht 2012, S.4

nicht zu selten heißt es aus der Zentrale, es müssen Personalstunden eingespart werden. Durch diese Einsparungen kommt es nun zu folgendem Szenario: Dienstagabend ist Kinotag. Das heißt, aufgrund der günstigen Preise ist es an Dienstagen meist sehr voll. Aufgrund personeller Einsparungen kommt es nun zu längeren Wartezeiten an den Kinokassen, es kommt zu Schlangenbildungen beim Einlass, da eine Person die Tickets für acht Säle alleine abreißen muss und es kommt zu Wartezeiten an den Gastronomieständen. Haben die Gäste endlich ihren Weg in den Saal gefunden, fühlen sie sich teils unwohl, weil aufgrund mangelnden Personals nicht richtig geputzt werden konnte. Aber drücken sie doch eine Auge zu, denn letztlich sind sie doch wegen des Films hier. Der Abspann läuft, der Vorhang schließt sich, die Leute wollen durchs Kassenfoyer nach draußen. Doch auch dies ist kaum möglich, da die Warteschlangen an den Kassen, wegen der nächsten Vorstellung schon wieder enorm lang sind und eigentlich das Foyer so verstopfen, dass keiner mehr rein und raus kann. Endlich draußen stellt man sich dann die Frage, ob sich so viel Stress und Unannehmlichkeiten wegen eines Films lohnen, den man gegebenenfalls auch im Internet hätte gucken können. Ein Teil dieses Übels hätte man durch mehr Servicepersonal abwenden können. Natürlich gibt es Abende, da sind die Kassen voll besetzt und trotzdem kommt es zu längeren Wartezeiten, dann kann man dies leider nicht ändern, aber unnötige Wartezeiten durch Fehlplanungen sollten vermieden werden.

Dieses Beispiel zeigt, dass ein Unternehmen der Filmbranche sich mehr für den Service und Leistung ihrer Filmhäuser einsetzen sollte, damit die Kinogäste bereit sind, dieses Haus gerne erneut aufzusuchen. Diese finanziellen Investitionen wären greifender um Kunden zu binden, als jeder Versuch den eine Kinokette gegen Filmpiraterie entgegenbringen kann.

Es gibt Meinungen, die vertreten, dass der Kampf gegen Filmpiraterie, nicht gewonnen werden kann. Ein Beispiel hierfür ist die Musikindustrie. Gerade deswegen muss versucht werden den Kunden über andere Maßnahmen zu binden. Es kann versucht werden, durch stetige Neuerungen und Änderungen diesen Ausfall an Kinobesuchern aufzufangen. Auch wenn das Cinemaxx noch nicht den idealen Weg zwischen greifenden Maßnahmen gegen Videopiraterie und einer stabilen Preispolitik der Ticketpreise gefunden hat, sind sie dennoch stets bemüht.

## 6 Epilog

„Aber dann gibt es eben doch einmal einen freien Abend oder ein regenreiches Wochenende, und, natürlich naheliegend, einen Besuch im Kino. Wenn dann das Licht verlöscht, der Film startet und man mit vielen großen oder kleinen Mitbesuchern gemeinsam im Kinosaal vor einer großen Leinwand sitzt und mit anderen lacht, gespannt ist oder traurig eine kleine Träne wegwischt, wenn am Ende des Films aufgeatmet oder Beifall geklatscht wird und man hinterher über das Erlebnis diskutiert oder streitet, auf alle Fälle nicht gleich wieder das (Fernseh-) Programm wechselt, sondern die Bilder im Kopf behält, dann merken wir: Es lohnt sich doch noch!“<sup>121</sup>

Und genau mit diesen oder ähnlichen Gedanken hat doch schon fast jeder einen Kinosaal verlassen und freut sich insgeheim schon auf den nächsten Kinobesuch. Denn ein Kinobesuch ist ein Erlebnis. Mit dieser Meinung stehe ich wahrscheinlich nicht alleine nach dem Abspann eines Filmes dar. Auch mit einem guten Heimkinosystem kann der eigentliche Charme nicht aufgegriffen und das Gruppenerlebnis nicht ersetzt werden.

Natürlich schadet die Filmpiraterie, aber ich denke, der Höhepunkt dieses „Angriffs“ ist bereits überwunden. Entwicklungen vor und hinter der Kamera haben zur Eindämmung beigetragen und ein Ende dieses Fortschritts ist nicht in Sicht. In unserem heutigen Zeitalter gibt es so viele neue Ideen und Technologien, dass man meist gar nicht hinterherkommt. Und doch hat sich in vielen Angelegenheiten gezeigt, dass „Retro“ wieder „In“ wird und dass auch alte Sachen sich bewähren. Musik auf Vinyl zu hören ist momentan wieder absoluter Trend und wer hätte das gedacht, nachdem es nun Kassetten, CDs und mp3-Dateien gibt? Ich glaube, so wird es sich auch mit dem Kino verhalten. Vielleicht wird es keinen signifikanten Zuwachs der Besucherzahlen geben, da die Kinogänger in Deutschland endlich sind, aber Filmtheater werden auch weiterhin bestehen und Rekordumsätze einfahren, wie es im Jahr 2012 der Fall war.

Natürlich ist Filmpiraterie nicht rechtens, aber es ist nicht bewiesen, dass Leute die sich illegal Filme im Internet angucken zwingend auch potentielle Kinogänger gewesen wären. Wenn man bedenkt, dass bereits im Mittelalter Raubkopien von Schriften und Buchdrucken stattgefunden haben und wir heute immer noch Bücher kaufen, wenn auch vielleicht anders als früher, weil es heutzutage viele eBooks gibt, dann muss der Schaden sich in Grenzen halten. Und genauso sehe ich es mit dem Filmmarkt. Die

---

<sup>121</sup> Cinemaxx AG (Hrsg.) Geschäftsbericht 2004, S.4

Menschen gehen immer noch ins Kino, es werden Rekordzahlen erzielt, ebenso weiter DVDs und Blu-Rays gekauft. Ich sage nicht, dass die Erträge nicht größer sein könnten, aber die wirtschaftlichen Schäden halten sich in Grenzen, die zu verkraften sind. Und es darf auch nicht vergessen werden, dass die Kinobranche seit jeher von Schwankungen geprägt war und die Kinobetreiber einen nur minimalen Einfluss auf diese Schwankungen haben können.

Fakt ist im Jahr 2009 waren noch 40% aller Filme illegal im Netz zu finden, heißt die Bedrohung Filmpiraterie ist bei weitem nicht mehr so gravierend, wie sie es einmal war. Und Fakt ist auch, dass die genaue Schadenshöhe durch das Vertreiben von Raubkopien bisher nicht bemessen werden konnte. Niemand kann in die Zukunft sehen. Es werden Jahre folgen, in denen erneut Rekordzahlen aufgestellt werden und es wird Jahre geben, in denen die Filmindustrie Einbußen verzeichnen muss.

Die Schäden am Urheberrecht hingegen sind nicht aufzuwerten. Doch etwas Positives bleibt: Egal über welchen Weg - Produzenten, Regisseure und Schauspieler erzählen mit ihren Filmen Geschichten und bewegen damit die Menschen. Plump gesagt erreichen Sie dieses Ziel leider auch durch Filmpiraterie. Aber die Mundpropaganda wird durch das illegale Konsumieren von Filmen angekurbelt und es stellt sich die Frage, ob Raubkopierer dadurch motiviert werden könnten legal Filme zu schauen und so die Rechte aller schützen.



## Literaturverzeichnis

### Bücher

**Branston, Gill/ Stafford Roy:** The media student's book. Routledge 1999

**Dördrechter, Nikolai Michael:** Piraterie in der Filmindustrie. – Eine Untersuchung der Gründe für Filmpiraterie und deren Auswirkung auf das Konsumverhalten. Dissertation, Rheinisch-Westfälischen Technischen Hochschule Aachen, Aachen 2006

**Faulstich, Werner:** Mediengeschichte von den Anfängen bis 1700. Göttingen 2006

**Faulstich, Werner:** Mediengeschichte von 1700 bis ins 3. Jahrtausend. Göttingen 2006

**Jarvie, Ian Charles:** Film und Gesellschaft: Struktur und Funktion der Filmindustrie. Stuttgart 1974

**Köhler, Inga:** Der deutsche Kinofilm – Perspektiven Visionen Erfolgschancen. Saarbrücken 2006

**Kreuzer, Hannes:** Digitale Film- Distribution: Funktionsweise und kritische Beleuchtung der Auswirkung auf die Filmindustrie. Hamburg 2010

**Lexikon-Institut Bertelsmann (Hrsg.):** Die große Coron Enzyklopädie. Band 9, Stuttgart 1995, S.243

**Lexikon-Institut Bertelsmann (Hrsg.):** Die große Coron Enzyklopädie. Band 10, Stuttgart 1995, S.35

**Nitschke, Thomas:** Präferenzmessung in der Online Medien-Distribution: Sharing-Verhalten und Zahlungsbereitschaften für Filme im Internet. Hamburg 2005

**Rochlitz, Burkhard:** Der strafrechtliche Schutz des ausübenden Künstlers, des Tonträger- und Filmherstellers und des Sendeunternehmens: dar-

gestellt auf dem Hintergrund der sogenannten Tonträger- und Videopiraterie. Frankfurt am Main 1987

**Schneider, Irmela:** Film, Fernsehen & Co.: Zur Entwicklung des Spielfilms in Kino und Fernsehen; Ein Überblick über Konzepte und Tendenzen. Heidelberg 1990

**Schröder, Nicolaus:** Filmindustrie. Reinbek bei Hamburg 1995

#### **Hochschulschriften**

**Jost, Sascha:** Großes Kino auf kleinen Geräten? Deutschland und das Nutzungspotential von Kinofilmen auf Handys, PDAs und anderen mobilen Endgeräten. Eine qualitative Studie. Hamburg 2008

**Link, Anne:** Video on Demand als Distributionskanal in der Spielfilmauswertung. Diplomarbeit, Hochschule Magdeburg-Stendal (FH), Hamburg 2007

**Niemeyer, Insa:** Besonderheiten der Unternehmensbewertung in der Film- und Fernsehindustrie. Diplomarbeit, Universität Hamburg, Hamburg 2008

#### **Sonstige Schriften**

**Cinemaxx AG (Hrsg.):** Geschäftsbericht 1999/ 2000. Hamburg

**Cinemaxx AG (Hrsg.):** Geschäftsbericht 2001. Hamburg

**Cinemaxx AG (Hrsg.):** Geschäftsbericht 2002. Hamburg

**Cinemaxx AG (Hrsg.):** Geschäftsbericht 2003. Hamburg

**Cinemaxx AG (Hrsg.):** Geschäftsbericht 2004. Hamburg

**Cinemaxx AG (Hrsg.):** Geschäftsbericht 2006. Hamburg

#### **Internetquellen**

1 **Live (Hrsg.):** Netzfürfreiheit ade?, 17.07.2013, URL: [http://www.einslive.de/magazin/netzthemen/2013/07/130713\\_netzneutralitaet\\_eu.jsp](http://www.einslive.de/magazin/netzthemen/2013/07/130713_netzneutralitaet_eu.jsp), Stand: 04.01.2014

**Biermann, Kai:** Neelie Kroes lehnt Acta ab, Netzfreiheit, 04.05.2012, URL: <http://www.zeit.de/digital/internet/2012-05/republica-kroes-acta>, Stand: 04.01.2014

**Cinemaxx AG (Hrsg.):** Geschäftsbericht 2007, URL: <http://www.cinemaxx.com/portal/de/investor-relations/> → Geschäftsberichte, Stand: 03.11.2013

**Cinemaxx AG (Hrsg.):** Geschäftsbericht 2008, URL: <http://www.cinemaxx.com/portal/de/investor-relations/> → Geschäftsberichte, Stand: 03.11.2013

**Cinemaxx AG (Hrsg.):** Geschäftsbericht 2009, URL: <http://www.cinemaxx.com/portal/de/investor-relations/> → Geschäftsberichte, Stand: 03.11.2013

**Cinemaxx AG (Hrsg.):** Geschäftsbericht 2010, URL: <http://www.cinemaxx.com/portal/de/investor-relations/> → Geschäftsberichte, Stand: 03.11.2013

**Cinemaxx AG (Hrsg.):** Geschäftsbericht 2011, URL: <http://www.cinemaxx.com/portal/de/investor-relations/> → Geschäftsberichte, Stand: 03.11.2013

**Cinemaxx AG (Hrsg.):** Geschäftsbericht 2012, URL: <http://www.cinemaxx.com/portal/de/investor-relations/> → Geschäftsberichte, Stand: 03.11.2013

**Cinemaxx AG (Hrsg.):** Unternehmensprofil und Fakten, URL: <http://www.cinemaxx.com/de/unternehmen/fakten.html#profil>, Stand: 21.11.2013

**Djordjevic, Valie:** kino.to – Das Ende der Grauzone?, 18.12.2012, URL: <http://irights.info/kino-to-das-ende-der-grau%C2%ADzo%C2%ADne>, Stand: 25.11.2013

**van Eimeren, Birgit/ Frees, Beate:** Rasanter Anstieg des Internetkonsums – Online fast drei Stunden täglich im Netz, URL: <http://www.ard-zdf->

onlinestudie.de/fileadmin/Onlinestudie/PDF/Eimeren\_Frees.pdf, Stand: 12.01.2014

**Engler, K./ Philipp-Clausen, T.:** Streit um Streit's verloren – Originalfassung  
adé, 16.11.2012, URL:  
<http://www.welt.de/regionales/hamburg/article111189691/Streit-ums-Streits-verloren-Originalfassung-ade.html>, Stand: 23.11.2013

**Esch, Franz-Rudolf/ Meckel, Astrid/ Sjurts, Insa:** Definition Product Placement, URL: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/product-placement.html>, Stand: 15.05.2013

**FFA (Hrsg.):** Filmhitlisten, URL: <http://www.ffa.de/> →Marktdaten→Filmhitlisten→ Jahr wählen, Stand: 22.11.2013

**FFA (Hrsg.):** Kinoergebnisse 1995 – 2000 auf einen Blick, URL:  
[http://www.ffa.de/downloads/marktdaten/1\\_Fuenf\\_Jahre\\_Blick/95\\_bis00\\_jahresabschluss.pdf](http://www.ffa.de/downloads/marktdaten/1_Fuenf_Jahre_Blick/95_bis00_jahresabschluss.pdf), Stand: 26.11.2013

**FFA (Hrsg.):** Kinoergebnisse 2001 – 2006 auf einen Blick, URL:  
[http://www.ffa.de/downloads/marktdaten/1\\_Fuenf\\_Jahre\\_Blick/01bis06\\_jahresabschluss.pdf](http://www.ffa.de/downloads/marktdaten/1_Fuenf_Jahre_Blick/01bis06_jahresabschluss.pdf), Stand: 26.11.2013

**FFA (Hrsg.):** Kinoergebnisse 2007 – 2012 auf einen Blick, URL:  
[http://www.ffa.de/downloads/marktdaten/1\\_Fuenf\\_Jahre\\_Blick/07bis12\\_jahresabschluss.pdf](http://www.ffa.de/downloads/marktdaten/1_Fuenf_Jahre_Blick/07bis12_jahresabschluss.pdf), Stand: 26.11.2013

**FSK (Hrsg.):** Jugendschutzgesetz, URL:  
<http://www.fsk.de/index.asp?SeitID=347&TID=456>, Stand: 16.11.2013

**GfK (Hrsg.):** DCN Studie 2012, URL:  
[http://www.respectcopyrights.de/uploads/media/DCN-Studie\\_2012\\_02.pdf](http://www.respectcopyrights.de/uploads/media/DCN-Studie_2012_02.pdf), Stand: 13.12.2013

**GVU (Hrsg.):** Jahresbericht 2002, URL:  
<http://www.gvu.de/media/pdf/230.pdf>, Stand: 08.12.2013

- 
- GVU (Hrsg.):** Jahresbericht 2003, URL:  
<http://www.gvu.de/media/pdf/231.pdf>, Stand: 08.12.2013
- GVU (Hrsg.):** Jahresbericht 2004, URL:  
<http://www.gvu.de/media/pdf/232.pdf>, Stand: 08.12.2013
- GVU (Hrsg.):** Jahresbericht 2005, URL:  
<http://www.gvu.de/media/pdf/233.pdf>, Stand: 09.12.2013
- GVU (Hrsg.):** Jahresbericht 2006, URL:  
<http://www.gvu.de/media/pdf/249.pdf>, Stand: 09.12.2013
- GVU (Hrsg.):** Jahresbericht 2007, URL:  
<http://www.gvu.de/media/pdf/408.pdf>, Stand: 09.12.2013
- GVU (Hrsg.):** Jahresbericht 2008, URL:  
<http://www.gvu.de/media/pdf/586.pdf>, Stand: 09.12.2013
- GVU (Hrsg.):** Jahresbericht 2009, URL:  
<http://www.gvu.de/media/pdf/653.pdf>, Stand: 09.12.2013
- GVU (Hrsg.):** Jahresbericht 2010, URL:  
<http://www.gvu.de/media/pdf/798.pdf>, Stand: 09.12.2013
- GVU (Hrsg.):** Jahresbericht 2011, URL:  
<http://www.gvu.de/media/pdf/828.pdf>, Stand: 09.12.2013
- Handelsblatt (Hrsg.):** Wo die Kinoliebhaber wohnen, 22.03.2012, URL:  
[www.handelsblatt.com/panorama/lifestyle/pro-kopf-besuche-wo-kinoliebhaber-wohnen/6354530.html](http://www.handelsblatt.com/panorama/lifestyle/pro-kopf-besuche-wo-kinoliebhaber-wohnen/6354530.html), Stand: 22.11.2013
- HDF Kino e.V. (Hrsg.):** Kinopiraterie – Verhaltensregeln und Bekämpfung, Infoblatt, URL:  
[http://www.hdfkino.de/fileadmin/hdfkino/media/Downloads/05\\_Ticker/2013-08-01\\_Piraterie\\_Leitfaden\\_2013.pdf](http://www.hdfkino.de/fileadmin/hdfkino/media/Downloads/05_Ticker/2013-08-01_Piraterie_Leitfaden_2013.pdf), Stand: 15.01.2014
- Hentschel, Joachim:** Anatomie eines Phänomens – Kino-Erfolg „Ziemlich beste Freunde“, 06.01.2013, URL:

<http://www.sueddeutsche.de/kultur/kino-erfolg-ziemlich-beste-freunde-anatomie-eines-phaenomens-1.1565529>, Stand: 03.12.2013

**Horvath, Michael/ von Weizsäcker, Robert:** Definition BIP, URL: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/bruttoinlandsprodukt-bip.html>, Stand: 18.01.2014

**Janisch, Fabian:** Dürfen Musikvideos bei YouTube legal herunter geladen werden?, 12.01.2011, URL: <http://www.it-recht-kanzlei.de/musikvideos-youtube-runterladen.html>, Stand: 28.11.2013

**Lackes, Richard/ Siepermann, Markus:** Definiton Video on Demand, URL: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/video-on-demand.html>, Stand: 12.12.2013

**Lischka, Konrad/ Reißmann, Ole:** Illegales Filmportal: Knapp vier Jahre Haft für kino.to-Programmierer, 11.04.2012, URL: <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/prozess-vor-dem-lg-leipzig-im-fall-kino-to-a-826929.html>, Stand: 25.11.2013

**Loke, Matthias:** „Sushi im Kino macht keinen Sinn“, 05.07.2013, Interview mit dem Cinemaxx Chef Christian Gisy, URL: <http://www.berliner-zeitung.de/wirtschaft/cinemaxx-chef--shushi-im-kino-macht-keinen-sinn-,10808230,23611120.html>, Stand: 10.01.2014

**o.V.:** Urheberrechtsgesetz, URL: <http://www.gesetze-im-internet.de/urhg/index.html>, Stand: 16.11.2013

**o.V.:** Definition Multiplex Kino, URL: <http://www.enzyklo.de/Begriff/Multiplex-Kino>, Stand: 22.11.2013

**o.V.:** Die Brüder Lumière und das Kino, URL: <http://www.france.fr/de/wissen/kultur-und-kulturerbe/kunst/die-brueder-lumiere-und-das-kino>, Stand: 22.11.2013

**o.V.:** Kino Streits, URL: <http://kino-fahrplan.de/programm/streits>, Stand: 23.11.2013

**o.V.:** Ist eine DVD-Sicherheitskopie legal?, URL:  
<http://www.weblehre.de/aid257.html>, Stand: 27.11.2013

**o.V.:** Website zum Film der Hobbit, URL:  
<http://www.thehobbit.com/hfr3d/faq.html>, Stand: 09.12.13

**o.V.:** Informationen zur Available-for-Download Studie, 12.07.2005, URL:  
<http://www.dach-contentprotection.org/fileadmin/dateien/AFD-Studie.pdf>, Stand: 14.12.2013

**o.V.:** Rieplsches Gesetz, URL:  
[http://www.journalexikon.de/wiki/doku.php?id=rieplsches\\_gesetz](http://www.journalexikon.de/wiki/doku.php?id=rieplsches_gesetz),  
Stand: 19.12.2013

**o.V.:** 2003 schrumpfte die deutsche Wirtschaft, 15.01.2004, URL:  
<http://www.stern.de/wirtschaft/unternehmen/meldungen/konjunktur-2003-schrumpfte-die-deutsche-wirtschaft-518872.html>,  
Stand: 18.01.2014

**Petersen, Christoph:** Kritik der Filmstarts Redaktion zum Film „Hugo Cabret“, URL: <http://www.filmstarts.de/kritiken/105442-Die-Entdeckung-des-Hugo-Cabret/kritik.html>, Stand: 22.11.2013

**Reichenbacher, Anja:** Die größten Kinos Deutschlands für unvergessliche Filmmomente, 06.05.2013, URL:  
<http://de.holidayinsider.com/journal/die-groessten-kinos-deutschlands>,  
Stand 21.11.2013

**Respect Copyrights (Hrsg.):** Presse→ Plakate zur Kampagne, URL:<http://www.respectcopyrights.de/index.php?id=76>, Stand: 13.01.2014

**Schönert, Ulf:** Fünf Millionen Verbrecher?, 19.12.2003, URL:  
<http://www.stern.de/digital/online/raubkopieren-fuenf-millionen-verbrecher-517894.html>, Stand: 04.01.2014

**Splendid Medien AG (Hrsg.):** Die Wertschöpfungskette der Splendid Medien Ag, URL: [www.splendidmedien.de/de/wertschoepfungskette](http://www.splendidmedien.de/de/wertschoepfungskette), Stand: 13.05.13

**Statista (Hrsg.):** Umsätze im Videomarkt (DVD-Verkauf) von 2002 – 2012, 2014, URL:  
<http://de.statista.com/statistik/daten/studie/3089/umfrage/umsatz-im-videomarkt-dvd-verkauf-in-deutschland-seit-2002/>, Stand: 18.01.2014

**United Cinemas International Multiplex GmbH (Hrsg.):** Unternehmensprofil UCI, URL: <http://www.uci-kinowelt.de/Wilhelmshaven/UCIInside/Unternehmensprofil>, Stand: 21.11.2013

**Wolf, Christian:** Informationen zur Available-for-Download Studie, 30.10.2009, URL:  
<http://www.onlinekosten.de/news/artikel/36629/0/Studie-40-Prozent-aller-Kinofilme-illegal-im-Internet>, Stand: 14.01.2014

**YouTube (Hrsg.):** YouTube-Community-Richtlinien, URL:  
[http://www.youtube.com/t/community\\_guidelines](http://www.youtube.com/t/community_guidelines), Stand: 28.11.2013

**YouTube (Hrsg.):** Statistiken, URL:  
<http://www.youtube.com/yt/press/de/statistics.html>, Stand: 28.11.2013



**Eigenständigkeitserklärung**

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

---

Ort, Datum

Vorname Nachname